ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PRODUK KAPUR

(STUDI PADA INDUSTRI KAPUR DESA JADDIH TIMUR KECAMATAN SOCAH KABUPATEN BANGKALAN 2019)

Skripsi

Disusun Oleh:

Moh. Hasan Basri G73217056

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama	:	Moh. Hasan Basri
NIM	:	G73217056
Fakultas/Prodi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam /Manajemen
Judul Skripsi		Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Kapur Studi Pada Industri Kapur Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan 2019

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 15 Februari 2021

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL. 20
F810FAFF770266443
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Moh. Hasan Basri
NIM. G73217056

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Moh. Hasan Basri NIM. G73217056 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 15 Februari 2021
Pembimbing,

Muchammad Saifuddin, M.SM
NIP.198603132019031011

PENGESAHAN

PENGESAHAN

Skripsi ditulis oleh Moh. Hasan Basri NIM. G73217056 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, tanggal 02 Februari 2021, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam program studi manajemen.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I

Muchammad Saifuddin, M.SM
NIP.198603132019031011

Penguji II,

Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM.
NIP.196806212007011030

Penguji III,

Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE,M.Si.
NIP.198209052015031002

Penguji IV,

Helmina ArdyanFitri, S.M., M.M
NIP.199407282019032025

Surabaya, 15 Februari 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Dr. H. AH. Ali Arifin, M.M
NIP. 196212141993031002

KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Moh. Hasan Basri

NIM : G73217056

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam / Mnajemen

E-mail address : mohasanbasri0209@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)

yang berjudul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN PRODUK KAPUR (STUDI PADA INDUSTRI KAPUR DESA JADDIH TIMUR KECAMATAN SOCAH KABUPATEN BANGKALAN 2019)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Maret 2021

Penulis

(Moh. Hasan Basri)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Industri pengolahan batu kapur Desa Jadih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan menghasilkan produk kapur yang digunakan oleh beberapa karakter konsumen dari pekerja bangunan hingga pekerja industri rumput laut. Kegiatan operasional masih berjalan dengan menggunakan pengolahan tradisional melalui sistem penjualan *ghalangan* dan personal.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari faktor yang mempengaruhi volume penjualan produk industri pengolahan batu kapur. Informan yang diteliti sebanyak 13 orang meliputi juragan kapur, penambang kapur dan konsumen produk kapur. Metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan fenomenologi. Teknik analisis data menggunakan reduksi, *meaning unit,* , validasi dan menggali tema umum dan tema unik dari setiap wawancara.

Hasil menunjukan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan dan penurunan volume penjualan dari internal dan eksternal industri pengolahan batu kapur. Internal industri pengolahan batu kapur meliputi juragan kapur atau makelar produk kapur yang mengulur waktu pembayaran kemudian tidak melunasi sisa penjualan dan kekurangan modal dari penambang kapur. Eksternal industri pengolahan batu kapur meliputi adanya perkembangan teknologi bahan bangunan sehingga menggeser penggunaan produk kapur serta adanya kompetitor yang sama dalam memberikan *supply* kepada konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i
PERNYATAAN KEASLIAN ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN iv
ABTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 17
C. Batasan Masalah 18
D. Rumusan Masalah 19
E. Kajian Pustaka 19
F. Tujuan Penelitian 22
G. Keguanaan Penelitian 22
H. Definisi Konseptual 23
I. Metode Penelitian 26
BAB II LANDASAN TEORI 33
A. Pengertian Penjualan 33
B. Pengertian Volume Penjualan 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Fungsi Penjualan 34

D. Jenis- Jenis Penjualan..... 34

E. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan 35

F. Strategi Penjualan..... 38

G. Konsep Penjualan..... 38

H. Tinjauan Industri 39

I. Tinjauan Industri Pengolahan Batu Kapur..... 42

J. Kerangka Konseptual Penelitian 46

BAB III DATA PENELITIAN 48

A. Gambaran Umum Industri Pengolahan Batu Kapur Desa Jaddih Timur 48

1. Sekilas Tentang Industri Pengolahan Batu Kapur 48

2. Tujuan Pengolahan Industri Batu Kapur di Desa Jaddih Timur 49

3. Elemen Dalam Industri Pengolahan Batu Kapur 50

4. Fungsi Dan Tugas Elemen Dalam Pengerjaan Industri Pengolahan Batu Kapur..... 50

5. Sistem Pengolahan Batu Kapur..... 53

6. Perkembangan Pengolahan Industri Kapur..... 56

7. Difrensiasi Transaksi..... 59

8. Tempat Transaksi Penjualan 62

9. Harga Produk 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10. Modal Industri Pengolahan Batu Kapur 63

11. Jenis Produk 64

12. Manfaat Produk 65

13. Kendala 65

14. Tempat Konsumen 66

BAB IV ANALISIS DATA 67

A. Analisis Pelaksanaan Penjualan Produk Industri Pengolahan Kapur Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan 67

B. Analisis Peran *Leadership* Juragan Kapur Atau Makelar Produk Dalam Menumbuhkan Volume Penjualan Produk Industri Kapur Desa Jaddih Timur 69

C. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Industri Pengolahan Batu Kapur Desa Jaddih Timur 74

BAB V PENUTUP 86

A. Kesimpulan 86

B. Saran 87

DAFTAR PUSTAKA 90

LAMPIRAN 95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

1. Tabel. 1.1 Pendapatan Domestik Regional Bruto Kabupaten Bangkalan 2019..... 2
2. Tabel.1.2 Sistem Penjualan Produk Industri Pengolahan Batu Kapur .. 3
3. Tabel. 1.3 Rantai Pasokan Sistem *Ghalangan* Jawa Timur..... 6
4. Tabel. 1.4 Rantai Pasokan Sistem *Ghalangan* Nasional..... 7
5. Tabel. 1.5 Volume Penjualan Sistem *Ghalangan* 9
6. Tabel. 1.6 Rantai Pasokan Sistem Personal *Laghenan* 12
7. Tabel. 1.7 Volume Penjualan Sistem Personal *Laghenan* 13
8. Tabel. 1.8 Rantai Pasokan Sistem Personal Amatiran 14
9. Tabel. 1.9 Volume Penjualan Personal Sistem Amatiran 14
10. Tabel. 1.10 Penelitian Terdahulu 20
11. Tabel. 1.11 Informan Penelitian..... 31
12. Tabel. 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian..... 47
13. Tabel. 3.1 Rincian Modal Pembakaran Kapur 67
14. Tabel. 4.1 Transaksi Penjualan 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Potensi geografis dapat dimanfaatkan sebagai media kesejahteraan dan pendapatan masyarakat. Perlu koordinasi secara kompleks antara aparat pemerintah dan masyarakat dalam menciptakan sarana produksi untuk menghasilkan produk berupa barang atau jasa. Kegiatan pengolahan dalam industri menjadi eksplorasi kebutuhan konsumtif. Karena potensi geografis daerah dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan dalam rangka kebutuhan mata pencaharian. Kegiatan penjualan meliputi segmentasi harga, promosi dan distribusi menjadi aspek penting dalam perhatian pelaku ekonomi. Dampak *income* bagi masyarakat berupa adanya kegiatan penjualan serta menciptakan volume penjualan. Volume penjualan oleh unit bisnis atau industri akan maksimal ketika aspek-aspek pendukung penjualan dimanfaatkan secara baik, adaptif dan berkelanjutan.[1]

Kebijakan ekonomi di Bangkalan dalam memanfaatkan potensi alam memerlukan strategi pengolahan sampai penjualan berupa kegiatan industri. Industri di Bangkalan meliputi industri batik di Tanjung Bumi,[2] Industri garam

[1] Parida Muliana, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Pada Mini Market Colour's Mart Pekanbaru*", Penelitian Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Riau, 2012, Hlm.1

[2] Fahmi Imamul Habiby, "*Profil Home Industry Batik Di Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan*", Skripsi Vol 1:1, Studi Geografi Pendidikan, *Fakulty* Ilmu Sosial Dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya, 2018, Hal.7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di Kwanyar[3] dan Industri pengolahan batu kapur Desa Jaddih Timur berkontribusi terhadap pendapatan Kabupaten Bangkalan ditinjau dari Pendapatan Domestik Regional Bruto tahun 2019 sebagai berikut.

Tabel. 1.1 Pendapatan Domestik Regional Bruto Kabupaten Bangkalan 2019.

No.	Lapangan Usaha/Industry	2016	2017	2018	2019
1	Industri Batu bara dan Pengilangan Migas	0,00	0,00	0,00	0,00
2	Industri Makanan dan Minuman	25,87	26,80	28,37	31,76
3	Industri Pengolahan Tembakau	0,11	0,11	0,12	0,11
4	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	3,47	3,41	3,49	3,69
5	Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	0,01	0,01	0,01	0,01
6	Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	31,66	31,27	29,99	26,41
7	Industri Kertas dan Barang dari Kertas Percetakan dan Reproduksi Media rekaman	1,58	1,54	1,46	1,39
8	Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	1,58	1,54	1,46	1,39
9	Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	0,04	0,04	0,04	0,03
10	Industri Barang Galian bukan Logam	15,06	15,21	15,37	15,16
11	Industri Logam Dasar	0,00	0,00	0,00	0,00
12	Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik dan Peralatan Listrik	7,21	7,21	7,21	7,21
13	Industri Mesin dan Perlengkapan	0,00	0,00	0,00	0,00
14	Industri Alat Angkutan	4,61	4,61	4,61	4,61

[3] Al Farisi Aminuloh, Lilis Supenti, Kamsiah, "*Analisis Permasalahan Usaha Garam Rakyat Di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan*", Jurnal Penyuluhan Perikanan Dan Kelautan Vol 13:1, Program Studi Perikanan, Sekolah Tinggi Perikanan , Bogor, Januari, 2019, Hlm,94.

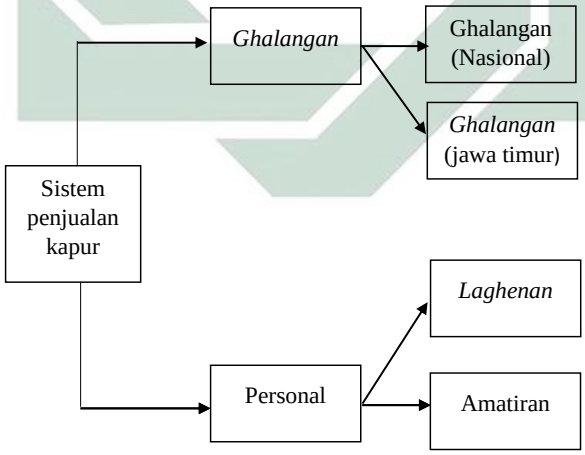
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

15	Industri Furnitur	7,30	7,17	7,16	7,45
16	Industri Pengolahan Lainnya; Jasa reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	1,75	1,68	1,62	1,58
	Industri Pengolahan/*Manufacturing*	100,0	100,0	100,0	100,0

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan dalam angka 2019.[4]

Pendapatan Domestik Regional Bruto tersebut penulis menelaah adanya pemasukan pendapatan sektor industri pengolahan barang galian bukan logam terhadap pendapatan Kabupaten Bangkalan pada tahun 2016 hingga tahun 2019 pada angka 15%, pendapatan tersebut ketiga tertinggi setelah industri pengolahan kayu dan industri makanan minuman. Pendapatan ekonomi terhadap Pemerintah Kabupaten Bangkalan dipengaruhi oleh volume penjualan fluktuatif melalui beberapa sistem penjualan yaitu :

Tabel. 1.2 Sistem Penjualan Produk Industri Pengolahan Batu Kapur.



Sumber : data observasi prariset.

[4] BPS Kabupaten Bangkalan Dalam Angka 2019 Diakses Pada 02 November 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sistem penjualan produk kapur terdapat dua sistem penjualan yakni penjualan oleh juragan kapur (*ghalangan*) dan penjualan yang ditangani oleh penambang kapur atau disebut petani kapur (personal). Penjualan yang ditangani oleh juragan kapur dengan menjual langsung barang jadi (produk kapur) kepada konsumen pada jaringan bisnis skala Provinsi Jawa Timur dan Nasional melalui perusahaan ekspedisi kemudian sampai ditangan konsumen.

Sistem penjualan penambang kapur atau petani kapur (personal). Dalam sistem penjualan personal terdapat dua sistem pelayanan yakni *laghenan* dan amatiran. Pelayanan sistem *laghenan* melalui peran penambang kapur yang mengolah bahan baku kemudian menyajikan dalam bentuk barang jadi dan menjualnya kepada konsumen tanpa perantara juragan kapur. Sistem amatiran yakni penambang kapur mengolah bahan baku dan menjual barang setengah jadi (*ghampin*) dan barang jadi (produk kapur) kepada konsumen.

Gambaran sistem penjualan dapat dipetakan menjadi beberapa karakteristik. Sistem penjualan sektor *ghalangan* oleh juragan kapur dalam lingkup Jawa Timur biasanya memiliki volume penjualan tinggi, konsep transaksi dimana konsumen membayar pembelian produk sebanyak 75% dari jumlah harga satu paket pengiriman produk kapur kemudian membayar 25% pada kurun waktu dua minggu. Sistem penjualan tersebut menjadi akses penjualan yang mendominasi menurut tingkat volume penjualannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

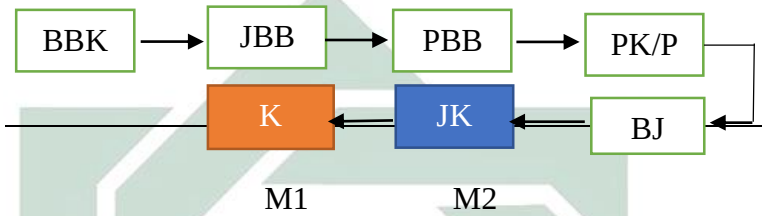
Kemudian sistem penjualan *ghalangan* dalam lingkup Nasional. Pelayanan penjualan dengan melibatkan perusahaan jasa pengiriman dan peran juragan kapur. Volume penjualan lebih sedikit dari pada *ghalangan* lingkup Jawa Timur, harga produk lebih tinggi dari pada *ghalangan* lingkup Jawa Timur serta menggunakan pembayaran *transfer*. Waktu penjualan *ghalangan* skala Nasional berkisar tiga bulan hingga empat bulan sekali. Juragan kapur yang dimaksud adalah seseorang yang memiliki kapasitas negosiasi dan relasi bisnis seluas wilayah Jawa Timur dan Nasional, juragan kapur biasanya sebagai pembeli pertama produk kapur dari tangan penambang kapur untuk dijual kembali kepada konsumen dengan harga yang lebih tinggi dari harga yang ditawarkan kepada penambang kapur.

Gambaran karakter sistem penjualan personal meliputi *laghenan* dan amatiran. Pelayanan sistem penjualan personal *laghenan* memiliki karakter volume penjualan fluktuatif bergantung pada kebutuhan konsumen. Kecepatan pembayaran terkadang cepat (pembayaran *cash* dan dalam kurun waktu kurang dari dua minggu) terkadang lambat (konsumen tidak mampu melunasi pembayaran). Harga produk lebih tinggi dan tidak melibatkan juragan kapur. Kemudian sistem penjualan personal amatiran memiliki karakter volume penjualan minim, harga produk dalam penjualan paling tinggi, pelunasan pembayaran terjamin, transaksi terjadi ditempat pengolahan antara penambang kapur dengan konsumen, produk yang ditawarkan berupa barang setengah jadi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(*ghampin*), barang jadi (produk kapur) dan pembayaran konsumen cenderung *cash*. Beberapa rantai pasokan dalam sistem penjualan industri pengolahan batu kapur sebagai berikut :

Tabel. 1.3 Rantai Pasokan Sitem *Ghalangan* Jawa Timur



Sumber : data observasi pra riset

Keterangan :

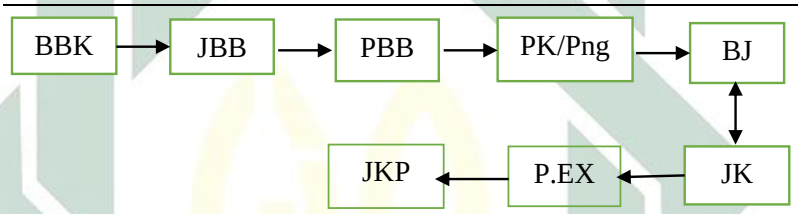
BBK	Bahan Baku Kapur	JKP	Juragan Kapur Papua
JBB	Juragan Bahan Baku	M1	Masalah 1
PK	Penambang Kapur	M2	Masalah 2
PNG	Pengelola	K1	Konsumen 1
BJ	Barang Jadi	K2	Konsumen 2
JK	Juragan Kapur	K3	Konsumen 3
K	Konsumen	K4	Konsumen 4

Rantai pasokan tersebut menjelaskan adanya bahan baku kapur yang di keruk oleh juragan bahan baku agar bisa dijual kepada pengecer bahan baku. Kemudian pengecer bahan baku menjual kepada penambang kapur sekaligus sebagai individu pengelola. Pengolahan bahan baku oleh penambang kapur menghasilkan barang jadi (produk kapur). Kemudian dibeli oleh juragan kapur untuk dijual kembali kepada konsumen. Masalah ada pada konsumen dimana konsumen membayar 75% dari keseluruhan harga pembelian produk kapur dan membayar 25% sisanya kurun waktu dua minggu. Masalah kedua ada pada juragan kapur yang membayar 75% hasil penjualan menurut nominal harga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penjualan ditempat pengolahan kepada penambang kapur dan pada umumnya juragan kapur mengulur waktu untuk membayar sisa 25% dari penjualan sehingga tidak melunasi sisa hasil penjualan kepada penambang kapur. Penambang kapur mengalami kesulitan dalam melakukan kegiatan pengolahan kembali karena keterbatasan modal dan merugi karena juragan kapur tidak melunasi sisa uang penjualan lalu tidak balik modal.

Tabel. 1.4 Rantai Pasokan Sitem *Ghalangan* Nasional



Sumber : data observasi prariset

Keterangan:

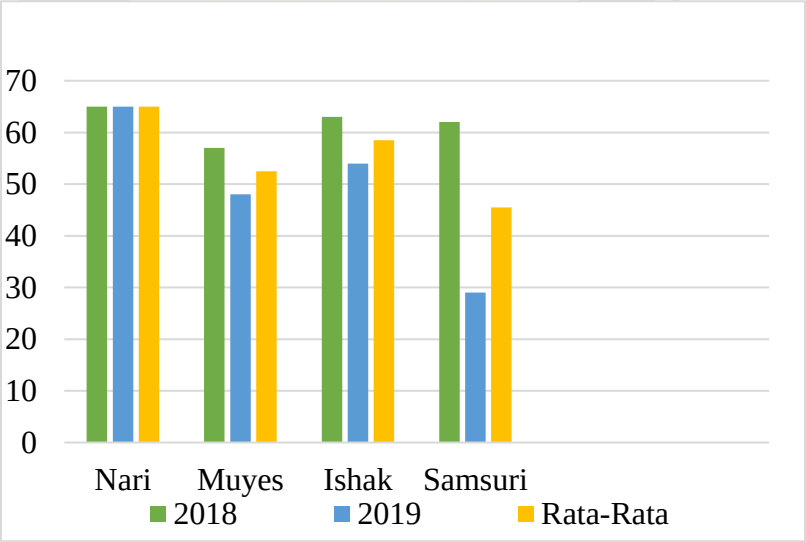
BBK	Bahan Baku Kapur	JKP	Juragan Kapur Papua
JBB	Juragan Bahan Baku	M1	Masalah 1
PK	Penambang Kapur	M2	Masalah 2
PNG	Pengelola	K1	Konsumen 1
BJ	Barang Jadi	K2	Konsumen 2
JK	Juragan Kapur	K3	Konsumen 3
K	Konsumen	K4	Konsumen 4

Rantai pasokan tersebut menjelaskan bahan baku kapur dikeruk oleh juragan bahan baku agar bisa di jual kepada pengecer bahan baku, sehingga pengecer bahan baku dapat menjual kembali kepada penambang kapur sekaligus sebagai pengolah bahan baku. Pengolahan tersebut menghasilkan barang jadi. Kemudian juragan kapur membeli barang jadi tersebut kepada penambang kapur dan menjual kembali kepada juragan kapur Papua melalui

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perusahaan jasa pengiriman agar bisa dikirim ke Papua, juragan kapur Papua adalah seseorang yang membeli produk kapur kepada pemilik produk kapur didaerah Jaddih Timur dengan skala besar dan dijual kembali ditempat unit bisnis yang sedang ditangani atau di Papua. Juragan kapur memasarkan produk dengan via telepon dan lalu dikirm melalui pengiriman jalur laut. Penjualan dilakukan oleh juragan kapur dengan membawa sampel produk. Sampel dipetakan dengan ukuran permintaan konsumen.. Setiap satu paket pengiriman secara kuantitas bisa mengirim sebanyak 1.200 hingga 1.300 bungkus dalam satuan *blek* atau dengan berat 4-5 kg perbungkus. Beberapa volume penjualan kapur di Desa Jaddih Timur sebagai berikut.

Tabel. 1.5 Volume Penjualan Sistem *Ghalangan*



Sumber : data observasi pra riset

Juragan pertama yakni Nari adalah juragan kapur yang menangani sistem penjualan *Ghalangan.* Biasa membeli produk dari penambang kapur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk dijual kembali ke daerah Pasuruan, Sampang dan Probolinggo. Penjualan pada tahun 2018 sekitar 65 kali pengiriman dengan kuantitas 1.200 bungkus atau dikonversi menjadi 4.800 kg kapur, kemudian dikali jumlah pengiriman tahun 2018 sejumlah 312 ton kapur telah dijual. Juragan tersebut mengatakan tidak ada perkembangan antara tahun 2018 dan 2019 sehingga volume penjualan disimpulkan sama.

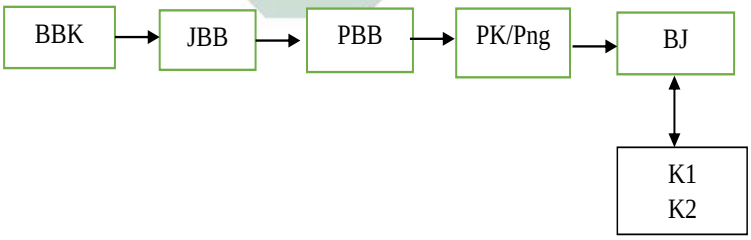
Juragan kedua Ishak, tercatat penjualan yang ditangani sekitar 63 kali pada tahun 2018. Secara kuantitas dalam setiap pengiriman sejumlah 1.000 bungkus kapur. Dikonversikan pada berat perbungkus menjadi 4.000 kg kapur dan dikali banyaknya volume penjualan tahun 2018 menjadi 252 ton kapur. Pada tahun 2019 sekitar 54 pengiriman. Secara kuantitas mampu mengirim 1.000 bungkus kapur dalam satu kali pengiriman. Dikonversi dalam berat perbungkus menjadi 4.000 kg dikali volume penjualan tahun 2019 menjadi 216 ton produk kapur.

Juragan ketiga Samsuri, penjualan tahun 2018 dikemukakan sekitar 52 pengiriman dengan kuantitas sebanyak 1.200 bungkus. Jika dikonversikan dalam berat perkemasan menjadi 4.800 kg produk dalam satu kali pegiriman. Kemudian dikali volume penjualan pada tahun 2018 menjadi 249,6 ton produk kapur. Pada tahun 2019 sebanyak 29 pengiriman. Secara kuantitas sebanyak 1.200 bungkus. Jika dikonversikan pada berat perbungkus menjadi 4.800 kg produk kapur terjual, dikali dengan volume penjualan pada tahun 2019 sebanyak 139,2 ton produk kapur terjual.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Juragan keempat Muyes, tercatat pada tahun 2018 sekitar 57 pengiriman dengan kuantitas muatan yang dikirim yakni 1.800 bungkus atau dikonversi menjadi 7.200 kg produk kapur kemudian dikali volume penjualan 2018 sebanyak 410,4 ton produk kapur terjual. Pada tahun 2019 tercatat 48 pengiriman. Secara kuantitas 2.000 bungkus kapur dalam sekali pengiriman dan dikonversi ke berat satuan kilo gram menjadi 8.000 kg produk kapur. Kemudian dikali volume penjualan pada tahun 2019 menjadi 384 ton produk kapur. Pada tahun 2020 mengatakan sudah melayani pengiriman ke skala Nasional yakni Papua kurang lebih 5 pengiriman dengan kuantitas 200 bungkus kapur dan dikonversi pada berat satuan perbungkus yakni 50 kg menjadi 40.000 kg produk kapur. Kemudian dikali volume penjualan pada tahun 2020 menjadi 200 ton produk dijual menuju Provinsi Papua. Rantai pasokan sistem penjualan produk kapur dalam sistem personal sebagai berikut.

Tabel. 1.6 Rantai Pasokan Sistem Personal *Laghenan*



Sumber : data observasi Prariset

BBK	Bahan Baku Kapur	JKP	Juragan Kapur Papua
JBB	Juragan Bahan Baku	M1	Masalah 1
PK	Penambang Kapur	M2	Masalah 2
PNG	Pengelola	K1	Konsumen 1

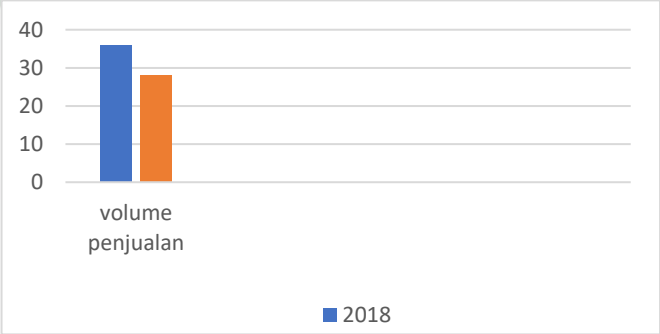
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan:

BJ	Barang Jadi	K2	Konsumen 2
JK	Juragan Kapur	K3	Konsumen 3
K	Konsumen	K4	Konsumen 4

Rantai pasokan tersebut menjelaskan bahan baku kapur dikeruk oleh juragan bahan baku agar bisa di jual kepada pengecer bahan baku sehingga pengecer bahan baku dapat menjual kembali kepada penambang kapur sekaligus pengolah bahan baku. Pengolahan tersebut menghasilkan barang jadi (produk kapur). Kemudian barang jadi dibeli oleh konsumen. Konsumen tersebut adalah kosnsumen 1 (pekerja industri pengolahan rumput laut) dan konsumen 2 (pekerja tambak). penjualan terjadi ditempat pengolahan batu kapur.

Tabel. 1.7 Volume Penjualan Sistem Personal *Laghenan*



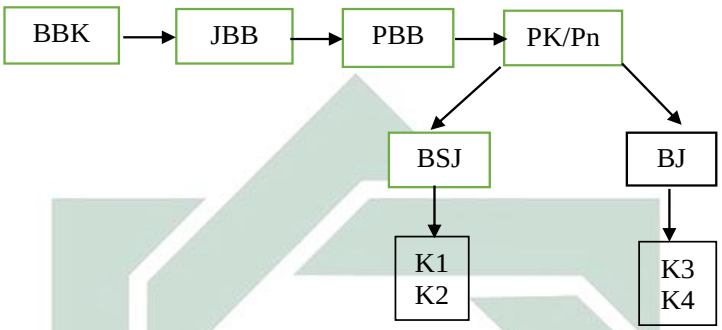
Sumber : data observasi prariset

Sistem penjualan dalam kategori *lagenan* pada tahun 2018 tercatat hingga 36 pengiriman. Secara kuntitas dalam sutu paket pengiriman adalah 1.000 bungkus kapur. Dikonversi menjadi 72 ton produk kapur dijual. Pada tahun 2019 sekitar 28 pengiriman. Jika dikonversikan menjadi 56 ton produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kapur yang terjual. Biasanya produk ditujukan kepada konsumen di industri pengolahan rumput laut hingga pekerja perikanan.

Tabel. 1.8 Rantai Pasokan Sistem Personal Amatiran



Sumber : data observasi prariset

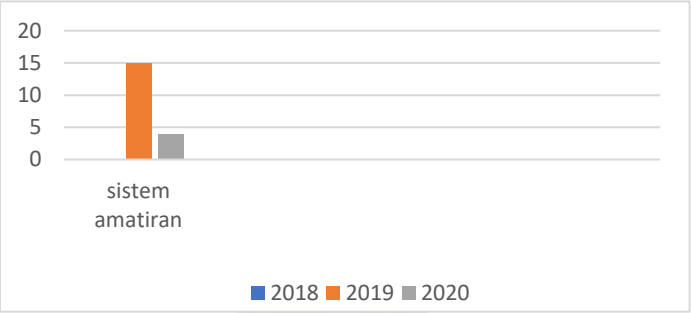
Keterangan :

BBK	Bahan Baku Kapur	JKP	Juragan Kapur Papua
JBB	Juragan Bahan Baku	M1	Masalah 1
PK	Penambang Kapur	M2	Masalah 2
PNG	Pengelola	K1	Konsumen 1
BJ	Barang Jadi	K2	Konsumen 2
JK	Juragan Kapur	K3	Konsumen 3
K	Konsumen	K4	Konsumen 4

Rantai pasokan tersebut menjelaskan bahan baku kapur dikeruk oleh juragan bahan baku agar bisa di jual kepada pengecer bahan baku, pengecer bahan baku dapat menjual kembali kepada penambang kapur sekaligus pengolah bahan baku. Pengolahan tersebut menghasilkan barang jadi dan barang setengah jadi. Penambang kapur menjual barang setengah jadi dan barang jadi kepada konsumen menyesuaikan karakter kebutuhan konsumen. Konsumen tersebut adalah K1 (pekerja cat), K2 (pembuat kosmetik), K3 (tukang jagal sapi) dan K4 (pengrajin piring). Pangsa pasar sistem penjualan personal amatiran dari daerah Bangkalan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel. 1.9 Volume Penjualan Personal Sistem Amatiran



Sumber : data observasi prariset

Sistem penjualan personal kategori amatiran mencapai hingga 15 pengiriman pada tahun 2019. Setiap pengiriman dikemas dalam satuan karung. Secara kuantitas setiap karung beratnya kurang lebih 15 kg. Jumlah setiap pengiriman sekitar 200 karung dikonversi dalam satuan berat menjadi 45 ton. Pada tahun 2020 ada 4 pengiriman dengan kuantitas produk 200 karung sekali pengiriman. Jika dikonversikan menjadi satuan berat ton yakni 12 ton produk kapur yang dijual. Konsumen biasanya membeli produk setengah jadi dan produk jadi mengikuti karakter kebutuhan konsumen.

Jumlah volume penjualan fluktuatif namun penambang kapur tidak mengetahui faktor yang mendorong adanya pergerakan volume penjualan tersebut. Beberapa fakta lapangan hasil temuan prariset :Ketika kondisi harga tinggi maka permintaan konsumen terhadap produk kapur juga tinggi. Ketika harga produk kapur turun maka permintaan terhadap produk kapur juga mengalami penurunan. Dalam hal ini N.Gregory Mankiw mengemukakan dalam An'im Fattach tentang ruang lingkup hukum merespon negatif pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hububungan kuantitas nominal harga dalam memberi pengaruh terhadap kuantitas permintaan produk. Dalam hal ini N.Gregory Mankiw dalam teorinya mengatakan dimana seharusnya ketika harga mengalami penurunan maka permintaan akan semakin naik dan ketika harga mengalami kenaikan maka permintaan mengalami penurunan terhadap produk tersebut.[5]

Penambang kapur menjual produk kepada juragan kapur. Hingga saat ini penambang tidak mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan produk kapur. Penambang kapur mengeluh terhadap kenaikan dan penurunan harga produk kapur. Pasalnya konsumen tidak ingin menerima produk kapur dengan harga yang tinggi namun harga bahan baku untuk pengolahan mengalami kenaikan relatif cepat. Sehingga kondisi tersebut merugikan penambang kapur dalam mengambil laba keuntungan.

Penjualan produk kapur bergantung pada kapasitas juragan kapur. Namun hal tersebut dijadikan celah dalam berbuat kecurangan. Beberapa kecurangan juragan kapur dalam kegiatan penjualan produk kapur melalui sistem penjualan *ghalangan.* Celah yang dilakukan adalah adanya kesepakatan konsumen bisa membayar 75% harga penjualan dan 25% dibayar setelah dua minggu kemudian. Hal ini sering merugikan penambang kapur karena beberapa juragan tidak membayar 25% sisa hasil penjualan kepada penambang kapur dan

[5] An'im Fattach, "*Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam", Journal's* Of Management Sosience, Program Studi Menejemn, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Lamongan, Vol.2:3, Lamongan, Oktober, 2017, Hlm.453.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kekurangan modal untuk membeli bahan baku. Hal tersebut menandakan adanya daya beli juragan kapur dan konsumen yang memiliki pengaruh terhadap volume penjualan dalam bisnis seperti yang dikemukakan oleh Deavy Yulitasari dalam skripsi, mengemukakan ada beberapa faktor mempengaruhi volume penjualan yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal berupa daya beli konsumen dalam membayar produk yang dibeli mempengaruhi volume penjualan.[6]

Penambang kapur kekurangan relasi bisnis dalam menjual produk kapur. Sehingga penjualan didominasi oleh peran juragan dan ditambah sistem kepercayaan penambang kapur kepada juragan kapur. Sehingga kegiatan penjualan personal memiliki sedikit peluang dalam menumbuhkan volume penjualan produk industri kapur. Hal tersebut seperti yang dikemuakan oleh Jainudin dalam jurnal Pamator mengemukakan bahawa relasi bisnis mempengaruhi volume penjualan dimana relasi bisnis yang luas dari penyedia produk akan mempengaruhi volume penjualan karena fungsi dari adanya relasi bisnis yang luas dapat membantu konsumen dalam mendapatkan dan memenuhi kebutuhan melalui produk tersebut.[7]

---

[6] Deavy Yulitasari, "*Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung*", Skripsi, Program Studi Akuntansi Diploma Iii Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2014, Hal.51

[7] Jainuddin, "Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sosis BE MART Cabang Bima", Jurnal Pamator, Vol.13:1Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, April, 2020, Hal.16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penambang kapur kurang mendapat binaan dari Pemerintah Kabupaten dalam menciptakan inovasi pengolahan dan inovasi diferensiasi produk kapur. Irawan dalam KM Medya Putra mengemukakan untuk mempertahankan volume penjualan penambang kapur harus memiliki pengetahuan *core bussines* dengan pangsa pasar yang tepat dituangkan dalam upaya pengambilan keputusan dan mengahasilkan manajemen strategi penjualan yang tepat.[8] Faktor pendukung seperti stabilitas harga produk yang diminta, harga produk terkait yang berhubungan dengan produk kapur, promosi dan kebutuhan konsumen terhadap produk untuk pengerjaan kegiatan tertentu. [9]

Kegiatan penelitian ini mencari faktor pengaruh dari volume penjualan yang tetap berlangsung pada produk industri kapur. Karena volume penjualan fluktuatif serta adanya karakter negatif dari juragan kapur dan konsumen dalam menumbuhkan volume penjualan. Maka peneliti memilliki ketertarikan untuk membahas penelitian dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Industri Kapur Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan**"

---

[8] KM Medyana Putra, Wayan Cipta, Fridayana Yudiaatmaja, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Ud. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014",* E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Program Studi Menejemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Vol.4:1, Singaraja, 2016, Hlm.2.

[9] Rini Elvira, "*Teori Permintaan Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam*" Jurnal Islamika, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Bengkulu, Vol.15:1, 2015, Hlm.50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi masalah

Penjabaran latar belakang masalah penulis menentukan identifikasi atas suatu masalah sebagai berikut :

1. Masuknya teknologi dipelosok desa di Indonesia tidak dimanfaatkan dengan maksimal dalam aspek kebutuhan ekonomi oleh masyarakat.
2. Kurangnya wawasan dan relasi bisnis bagi penambang kapur menjadikan penambang kapur stagnan dalam diferensiasi produk, inovasi pengolahan dan pertumbuhan volume penjualan.
3. Tidak meratanya binaan bisnis terhadap penambang kapur dalam memasarkan produk sehingga bergantung kepada juragan dalam kegiatan penjualan produk.
4. Penambang kapur tidak mengetahui faktor yang mempengaruhi volume penjualan produk karena hanya fokus kepada aspek pengolahan bahan baku kapur.

C. Batasan Masalah

Penulis mengemukakan batasan masalah agar lebih fokus. Batasan masalah sebagai berikut.

1. Menelaah volume penjualan produk kapur di desa Jaddih Timur periode 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Meneliti dari aspek faktor yang mempengaruhi volume penjualan industri kapur.
3. Penelitian kepada masyarakat desa Jaddih Timur yang bekerja sebagai petani kapur.
5. Menelaah sistem penjualan pada produk kapur di Desa Jaddih Timur.
6. Menelaah sistem pengolahan produk industri kapur di Desa Jaddih Timur.
7. Melakukan penelitian pada konsumen produk kapur di Bangkalan.

D. Rumusan Masalah

Dari ulasan identifikasi masalah dan batasan masalah, maka peneliti membuat rumusan masalah yakni **"Bagaimana peran juragan dalam menumbuhkan volume penjualan dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan produk industri kapur di Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan".**

E. Kajian Pustaka

Tabel. 1.10 Penelitian Terdahulu.

NO	Nama	Judul	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Faithoni (2017	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Terhadap Peningkatan	Kualitatif (studi keperpustakaan)	Ada dua Faktor sehingga bisa berpengaruh terhadapvolume penjualan yakni faktor eksternal: Bazar, komunitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Volume Penjualan Mobil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Showroom Mobil Modern Motor Bandar Lampung Tahun 2012 - 2016		pebisnis mobil. Faktor Internal : kondisi, keterampilan marketing, keuangan, situasi organisasi serta promosi.
			Persamaan	Meneliti Faktor Pengaruh Pada Volume Penjualan
			Perbedaan	Meneliti Objek Industri Pengolahan Batu Kapur
2.	Parida Muliana (2012)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Pada Mini Market Colour's Mart Pekanbaru	Kuantitatif	Penelitian ini menjawab aspek barang atau produk tidak mempengaruhi pada target penjualan produk mini market Color mart Pekan baru.
			Persamaan	Meneliti Tentang Penurunan Volume Penjualan
			Perbedaan	Meneliti Tentang Ketahanan Volume Penjulan
3.	Divya Liantina, Samsul Ma'rif (2016)	Identifikasi Faktor-Faktor Penyebab Penurunan Aktivitas Perdagangan Mebel Di Koridor Jalan	Kualitatif (deskriptif)	ada tiga faktor yang mempengaruhi volume penjuualan yakni internet market, jenis penjualan langsung, masa kenaikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Soekarno Hatta Kabupaten Jepara		kelas dan perayaan hari raya.
			Persamaan	Meneliti Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan
			Perbedaan	Meneliti Objek Industri Pengolahan Produk Kapur
5.	KM Medyana Putra, Wayan Cipta, Fridayana Yudiaatmaja (2016	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Ud. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014	Kuantitatif Dan Kualitatif	Faktor yang berpengaruh atas volume penjualan UD. Wayan Fiber Glass yakni barang atau produk, saluran distribusi.
			Persamaan	Meneliti Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan
			Perbedaan	Objek Informan Dari Petani Kapur Dan Juragan Kapur.
6	Gholam reza jandaghi (2011)	Penilaian dan Pemeringkatan Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Bunga dan Tanaman	Kuantitatif	faktor yang mempengaruhi volume penjualan yakni strategi bauran pemasaran pada peningkatan penjualan bagi pengecer untuk mengalokasikan anggaran dengan mempertimbangkan dan memprediksi efektifitasnya strategi terhadap

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

				peningkatan penjualan
			Persamaan	Meneliti tentang faktor yang mempengaruhi volume penjualan dalam bidang bisnis
			Perbedaan	Meneliti pada kegiatan ekonomi masyarakat desa.

F. Tujuan penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan peran juragan kapur dalam menumbuhkan volume penjualan produk dan faktor apa saja yang bisa menghambat dan mendukung volume penjualan produk industri pengolahan batu kapur di Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan.

G. Keguanaan penelitian

Penulis melakukan kegiatan penelitian agar dapat memberikan dampak positif bagi penulis, lembaga maupun bagi masyarakat Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Sehingga menjadi sumbangsih praktisi maupun teoritis yakni:

1. Secara teoritis

   Memperluas pengetahuan dan wawasan untuk pihak yang akan mendalami studi manajemen agar dijadikan bahan acuan atau referensi teoritis pada objek dan topik masalah yang sejenis serta menjadi sumber

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

informasi terkait volume penjualan produk industri pengolahan batu kapur di Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan.

2. Secara praktisi
   1) Bagi penulis, penelitian ini menjadi pengembangan keahlian menulis karya ilmiah agar dapat ditingkatkan menjadi lebih baik.
   2) Bagi penambang kapur, penelitian dapat dijadikan dasar acuan evaluasi serta informasi yang diharapkan menjadi media masukan dan saran untuk memperhatikan kinerja pada bidang bisnis aspek pengembangan volume penjualan produk kapur di Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan.
   3) Bagi akademisi, memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan dalam ruang lingkup industri pengolahan batu kapur.

H. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah penarikan batasan dengan menjelaskan suatu konsep dengan singkat, tegas dan jelas. Penarikan batasan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Manajemen Penjualan

   Dikemukakan dari Swastha dalam *American Marketing Association* bahwasanya manajemen penjualan merupakan seperangkat kegiatan meliputi perencanaan, pengarahan serta pengawasan. Dalam aspek personal *selling* menyangkut aspek penarikan pemilihan,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perlengkapan, penentuan rute supervisi, pembayaran dan aspek motivasi yang ditimpahkan kepada aktor pelaku penjualan.

2. Penjualan

Penjualan adalah paradigma proses perpindahan hak kepemilikan suatu sifat atas barang atau jasa dari pihak pertama kepada pemilik selanjutnya. Perpindahan kepemilikan melalui proses transaksi dalam menentukan kecocokan harga atau nilai dari benda. Adanya proses penjualan juga sebagai upaya dalam meningkatkan volume penjualan dan upaya mencari laba. Proses transaksi dalam penjualan sebagai upaya pihak pertama atau penjual dalam membentuk kegiatan operasional produksi yang berkesinambungan sehingga produsen dapat melakukan penjualan, menerima laba dan pengembangan unit bisnis sesuai visi dan misi perusahaan.[10]

3. Produk

Menurut Thamrin menjelaskan produk sebagai suatu bentuk barang didalamnya memiliki nilai sehingga dapat ditawarkan ketika bertemunya penjual dan pembeli di pasar. Sehingga menimbulkan kegiatan mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi atas produk yang ditawarkan. Dapat mempengaruhi kedua pihak dengan memberi kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan. Produk biasanya

[10] Philip Kotler, "*Manajemen Pemasaran*", Indeks, Jakarta. 2005, Hlm.66

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan barang berwujud seperti memiliki fisik, manusia atau tempat maupun organisasi serta ada layanan.[11]

4. Volume penjualan

Poerwadarminta dalam Kurnia Arif Ramadhani menerangkan volume merupakan bagian dari isi atas besar atau luasnya suatu ruang. Sedangkan volume penjualan merupakan jumlah besar atau banyaknya penjualan barang kepada pemilik kedua dan selanjutnya atau pihak pembeli melalui proses jual beli yang diukur oleh beberapa dimensi seperti jenis dan nilai meliputi ukuran ton dan rupiah.[12]

5. Industri

Menurut I Made Sandi dalam jurnal Foengsitanjoyo Trisantoso Julianto, industri adalah kegiatan usaha sebagai upaya memproduksi bahan mentah dengan pengelolahan dalam jumlah besar sehingga barang dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya.[13]

6. Produk kapur Desa Jaddih

---

[11] Noer Aji Febriyanto, "*Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal*", Sekripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang , 2015, Hlm.23.
[12] Ibid. 23.
[13] Foengsitanjoyo Trisantoso Julianto, *"Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar Dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Surabaya*", Jurnal Tentang Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 1:2, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, September, 2016, Hlm.231.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Produk kapur Desa Jaddih merupakan produk hasil olahan batu kapur yang diolah melalui proses pembakaran selama dua hari. Produk batu kapur memiliki fungsi sebagai bahan campuran bahan bangunan, pembasmi hama tambak pada kegiatan perikanan, campuran kosmetik dan campuran dalam merendam rumput laut. Kegiatan transaksi produk industri kapur ada beberapa sistem penjualan diantaranya sistem *ghalangan* dan personal.

I. Metode penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif deskriptif. Sucahyo dalam skripsi Ima Nandasari mengemukakan penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengkaji tentang variabel data yang sudah ada dilapangan tanpa adanya manipulasi data seperti data penjualan produk industri kapur. Tujuan penelitian deskriptif untuk menelaah terhadap gambaran sesuatu hingga perkembangan terhadap sesuatu sehingga hasil penelitian dapat berupa narasi terhadap suatu objek tanpa analisis statistik dan ditafsirkan seperlunya.[14]

Penelitian dilakukan agar mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap volume penjualan pada produk industri pengolahan batu

[14] Ima Nandasari, "*Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Banyaknya Pelanggan The Fit Lab Di Hotel Tara Yogyakarta*", Skripsi, Program Studi Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta,2018, Hlm.34.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kapur. Sifat penelitian ini fokus kepada kelompok manusia, kondisi serta pemikiran terhadap suatu konsep proses pada masa sekarang atau lampau sehingga peneliti dapat mendeskripsikan hasil penelitian secara maksimal mengenai objek penelitian.[15]

2. Pendekatan penelitian

Pendekatan dalam penelitian menggunakan fenomenologi. Pendekatan berfokus terhadap objek fenomena sosial untuk menghasilkan informasi terkait makna dan pengalaman yang pernah dialami oleh subjek penelitian.[16]

3. Alur penelitian

Berikut tahapan alur penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi menurut Schweitzer:[17]

1) Kegiatan pertama yakni upaya turun kelapangan untuk mendapatkan pemahaman tentang data penelitian, dimana data didapat dari hasil wawancara, dibaca dan dimengerti dari sudut pandang informan dan data dijelaskan oleh subjek itu sendiri.

---

[15] Juliansyah Noor, "Metode Penelitian", Kencana : Jakarta,2011, Hlm. 32 9

[16] Rara Suci Amiyati, "*Studi Fenomenologi Pemanfaatan Mainan Anak Di BPAD DKI Jakarta*", Skripsi, Programstudi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab Dan Humaniora, Universitas Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017, Hlm.35

[17] Stuart Devenish, "*An Applied Method For Undertaking Phenomenological Explication Of Interview Transcripts*", Jurnal Indo-Oasifik Fenomenologi, Vol. 2:1, April 2002, Hlm.1-20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Kegiatan kedua yakni membuat tahapan penyusunan analisis gambaran pada makna, kemudian melakukan analisis makna menjadi tema kemudian upaya mengurangi bias untuk menyaring tema yang tidak perlu.
3) Kegiatan ketiga yakni membuat file indeks dari hasil penyusunan analisis layaknya tema yang akan dianalisis, tinjauan refrensi dengan analisis pada tema, tema dikonstruksikan menggunakan sistem indeks.
4) Kegiatan keempat yakni mencari indeks tema dengan data yang ada dibuatkan nomor menggunakan refrensi untuk menganalisis data, pencatatan data dalam sebuah kelompok dan tema mulai bisa teridentifikasi.
5) Kegiatan kelima yakni data tersebut dapat dilakukan kegiatan deskripsi. Melalui tahap seperti interpretive tema dan mendeskripsikan data yang ada dengan hati-hati.
6) Kegiatan keenam yakni kesimpulan dari rumusan masalah dapat ditemukan dan disajikan kembali secara singkat.

4. Informan penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu petani kapur, juragan kapur serta konsumen produk industri kapur. informan ditentukan melalui metode *purposive sampling* berjumlah 14 subjek. Seperti yang dipaparkan oleh Sugiyono dalam Raudhah Mukhsin bahwa penarikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengambilan sampel dilakukan dengan menentukan kriteria seperti subjek penelitian yang memiliki bidang usaha dan aktif dalam kegiatan pengolahan hingga mempunyai akses tempat untuk diamati.[18]

Tabel. 1.11 Daftar Informan Penelitian.

No	Nama	Status	Bidang Bisnis	Sistem
1	Mustain	Penambang Kapur	Industri Kapur	Personal
2	Mahfudz	Penambang Kapur	Industri Kapur	Personal
3	Farese	Penambang Kapur	Industri Kapur	Personal
4	Saman	Penambang Kapur	Industri Kapur	Personal
5	Holil	Penambang Kapur	Industri Kapur	Personal
6	Masri	Penambang Kapur	Industri Kapur	Personal
7	Nari	Juragan	Pengepul Produk	*Ghalangan* (Jawa Timur)
8	Pak Muyes	Juragan	Pengepul Produk	*Ghalangan* (Nasional)
9	H. Ishak	Juragan	Pengepul Kapur	*Ghalangan* (Jawa Timur)
10	Samsuri	Juragan	Pengepul Kapur	*Ghalangan* (Jawa Timur)
11	Endi	Konsumen	Pekerja Bangunan	

[18] Raudhah Mukhsin, "*Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kelompok Pengolahan Hasil Perikanan Di Kota Makassar*", Jurnal Analisis, Vol.6 :2: , Agribisnis Pascasarjana Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin Makassar, Makasar,Desember 2017, Hlm.190.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

12	Sayar	Konsumen	Pekerja Bangunan	
13	Ali	Konsumen	Pekerja Tambak	
14	Obek	Konsumen	Jagal Sapi	

Sumber : prariset observasi lapangan.[19]

5. Tempat dan waktu penelitian.

Proses penelitian berlangsung ditempat pengolahan produk industri kapur Desa Jaddih Timur kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Waktu penelitian adalah pada tanggal 1 November 2020 hingga 31 Januari 2021.

6. Jenis Data

1) Data primer adalah data yang ditemukan secara langsung saat berada dilapangan seperti kegiatan wawancara. Dalam hal ini penulis mencari data primer kepada penambang kapur, juragan kapur dan konsumen kapur.[20]

2) Data skunder adalah data yang didapat peneliti melalui sumber yang sudah ada. Data skunder dalam penelitian didapat dari *website* Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan.

7. Sumber Data

[19] Sumber Prariset Observasi Lapangan 9-25 Januari 2019

[20] Iqbal,Hasan, "*Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*", Bumi Aksara, Jakarta, 2004, Hlm. 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Data primer adalah informasi yang didapat secara langsung wawancara penambang kapur, juragan kapur dan konsumen kapur.[21]
2) Data skunder adalah informasi yang berasal dari *website* Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan.[22]

8. Teknik pengumpulan data

Dalam melakukan pengumpulan data teknik yang dilakukan peneliti diantaranya adalah:

1) Observasi merupakan kegiatan pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mencari data yang bersumber pada tempat penelitian di area pengolahan industri batu kapur.[23]
2) Mendownload pertumbuhan Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) industri pengolahan batu kapur melalui website Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan.
3) Melakukan kegiatan wawancara secara langsung kepada penambang kapur, juragan kapur dan konsumen produk kapur.

---

[21]Moh Rusdi "*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya*", Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, Vol.6 : 2, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Madura, 2019, Hal.59.

[22] Muhammad Nurjihadi, "*Lingkaran Setan Kemiskinan Dalam Masyarakat Pedesaan, Studi Kasus Petani Tembakau Di Kawasan Pedesaan Pulau Lombok*", Artikel, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Hlm.121

[23] Ramli Mile, "*Analisis Terhadap Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Bagi Peningkatan Kinerja Di Pt. Pegadaian Gorontalo Utara*", Jurnal EMBA, Vol.2:4, Desember, 2014, Hlm.170.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Melakukan dokumentasi terkait fenomena penting dalam bentuk lisan catatan narasumber seperti data-data penting untuk kegiatan pengumpulan data dalam penelitian lapangan untuk mengkaji unsur historis.
5) Triangulasi data, Sugiyono dalam skripsi Ima Nandasari menjelaskan triangulasi data dengan cara pengelompokan data dengan cara menggunakan beberapa tipe pengumpulan data dari sumber yang sudah ada. Tujuan dari triangulasi sumber data adalah menguji tingkat kreadibiltas faktual. Dalam hal ini penulis menggunakan triangulasi sumber data untuk menguji data wawancara dari subjek penelitian menurut beberapa wawancara kepada penambang kapur, juragan kapur serta konsumen produk industri kapur.[24]
6) Menganalisis deskriptif melalui tahapan reduksi, *meaning* unit, Pengelompokan unit makna untuk membentuk tema, meringkas setiap wawancara, validasi data dan menggali tema umum dan unik dari semua wawancara dan membuat ringkasan gabungan. Hasil analisis deskriptif membutuhkan proses editing karena data yang disampaikan berbahasa Madura.[25]

[24] Ibid Hlm.39-40.
[25] Thumas Groenewald, "*A Phenomenological Research Design Illustrate*", International Journal Of Qualitative Methods, Vol.3:1, 2004,Hlm.48-49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

J. Sistematika pembahasan

Bab pertama menjelaskan tentang pendahuluan meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, manfaat penelitian, kegunaan penelitian, definisi konseptual dan metode penelitian hingga sistematika pembahasan.

Bab kedua menjelaskan ruang lingkup landasan teori merupakan bagian dalam memaparkan sumber-sumber yang berasal dari buku untuk dijadikan teori karena hendak digunakan dalam kegiatan penelitian.

Bab ketiga, berisi tentang data penelitian yang menyajikan data-data yang berhubungan dengan variabel yang diteiti secara objektif.

Bab keempat, merupakan bagian yang menyajikan analisis hasil penelitian yang mengacu kepada rumusan masalah yang sedang diangkat dalam penelitian.

Bab kelima, yakni tentang kesimpulan dari temuan penelitian serta berisikan saran dan masukan dari kegiatan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Penjualan

Menurut Basu Swastha dalam jurnal Rogi Gusrizaldi mengemukakan bahwa penjualan merupakan ilmu terapan dan seni dalam mempengaruhi orang lain yang dilakukan oleh pelaku penjualan untuk mengajak orang lain atau calon konsumen agar bersedia membeli barang yang ditawarkan[26]

Penulis menyimpulkan penjualan merupakan proses bertemunya penjual dan pembeli dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan dalam rangka menjalin komunikasi melalui negosiasi dan penawaran agar orang lain membeli produk apa yang kita tawarkan.

B. Pengertian Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan bagian dari hasil rangkaian manajemen penjualan yang menghasilkan strategi penjualan untuk menumbuhkan kontribusi konsumen guna menumbuhkan bisnis yang sedang direncanakan oleh perusahaan.[27] Volume Penjualan adalah pencapaian akhir dari upaya perusahaan meliputi hasil penjualan produk yang di hasilkan oleh suatu perusahaan.[28]

---

[26] Rogi Gusrizaldi *"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan*" Jurnal Valuta Vol 2:2, Program Studi Administrasi, Oktober 2016, Hal.286.
[27] S.A Chunawalla, "Sales Management (With Personal Selling And Salesmanship)",2011, Hlm,1.
[28] Ibid. 668.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penulis menyimpulkan volume penjualan merupakan hasil pencapaian perusahan yang dihitung selama satu periode pembukuan yakni terletak pada akhir periode meliputi hasil penjualan dan upaya menumbuhkan bisnis yang sedang dikembangkan oleh perusahaan terkait. Sehingga perusahaan dapat bergerak menuju skala yang lebih besar.

C. Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan merupakan rangkaian proses perencanaan yang mengkaji alternatif penjualan agar produk yang ditawarkan dapat menjadi alat sebagai media yang dapat diterima oleh konsumen. Namun dalam hal ini membutuhkan informasi pasar yang tepat dan akurat agar penjualan berfungsi dengan baik. Beberapa fungsi penjualan sebagai berikut :[29]

a. analisis situasi pasar saat ini (audit pemasaran)
b. menentukan potensi penjualan / peramalan penjualan
c. menghasilkan dan memilih strategi
d. penganggaran, implementasi dan pengendalian

D. Jenis- Jenis Penjualan.

Problem utama dalam menghadapi tantangan persaingan adalah bagaimana perusahaan dalam memilih jenis-jenis penjualan. Jenis-jenis penjualan tersebut sebagai berikut :[30]

[29] David Jobber , Geoff Lancaster, "Selling And Sales Management", 2009, Hlm, 60.
[30] Ibid, Hlm,20-42.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Penjualan langsung, yaitu penjualan dengan proses produsen menjual produk dan jasa langsung kepada konsumen tanpat melalui perantara hingga melakukan kegiatan pengiriman langsung ke konsumen terkait.
2. Penjualan selektif, yaitu kegiatan penjualan dimana produsen menjual produk berupa barang atau jasa melalui beberapa perantara yang sudah ditunjuk melalui pengukuran kemampuan dan fasilitas khusus agar produk dapat dijual dengan efektif.
3. Penjualan intensif, yakni kegiatan penjualan dimana penjualan produk memerlukan media eksposur maksimum dalam suatu kegiatan penjualan sehingga perusahaan harus menjual melalui *outlet* sebanyak mungkin agar penjualan dapat berjalan maksimal.
4. Penjualan Eksklusif, yakni kegiatan penjualan dengan alur proses perusahaan menjual produk kepada *dealer* tertentu. Namun jenis penjualan ini bergantung pada layanan cadangan yang diberikan oleh distributor karena hal ini menyangkut reputasi perusahaan.

E. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Menurut Goebel dan Moncrief Faktor yang mempengaruhi penjulan sebagai berikut.[31]: keterampilan mendengarkan, keterampilan tindak lanjut, kemampuan adaptasi gaya penjualan dari situasi ke situasi, keuletan berpegang

[31]Ibid, Hlm, 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

teguh pada tugas, keterampilan organisasi, keterampilan komunikasi verbal, kemahiran berinteraksi dengan orang di semua tingkatan, menunjukkan kemampuan untuk mengatasi keberatan, keterampilan menutup, keterampilan manajerial dan manajemen koordinasi.

Menurut Tjiptono dan Chandra mengemukakan tentang faktor yang mempengaruhi penjualan sebagai berikut[32] :

1. Faktor yang memperngaruhi karakteristik respon pasar dalam jangka pendek :
   1) Ukuran produk, Beberapa kategori tentang produk dapat terdapat semacam loyalitas terhadap ukuran. Kemudian promosi dapat difokuskan terhadap satu jenis ukuran produk misalnya dalam satuan kilo gram. Beberapa studi kasus menyebutkan beberapa produk memang ada kaitannya dengan daya beli dan kebiasaan konsumsi konsumen.
   2) Tanggapan konsumen terhadap jenis promosi. Respon yang diberikan pelanggan terhadap upaya promosi dalam dunia penjualan dapat dipengaruhi oleh jumlah dan tipe aktivitas promosi serta tingkat upaya kemudahan dalam transaksi mendapatkan produk. Hal ini paling banyak dilakuakan oleh pemakai produk kalangan reguler.

[32] Ibid.Hlm 36-38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Pemanfaatan momentum secara efektif. Upaya maksimalisasi situasi dimana penjual reguler dapat menyertakan produk dengan kemampuan penjualan dengan tingkat harga promosi. Sehingga menimbulkan penurunan volume penjualan dimasa tertentu, namun ketika penjual tersebut mendapati kehabisan stok dalam memasarkan dengan harga promosi maka keadaan akan kembali stabil.

2. Faktor yang terkait dengan *positioning* perusahaan jangka panjang yakni :

a) Pengaruh merek pada suatu produk. beberapa ketertarikan ketika terdapat suatu dampak promosi merek berkualitas tinggi dengan artian produk bagus dan berharga mahal terhadap *brand switching* dari konsumen merek kualitas kurang baik dan berharga murah akan cukup besar rasa kecenderungan ketertarikan pada produk yang lebih mahal..

b) Setiap penjual harus mencermati dampak dinamis dari penggunaan promosi harga. Promosi dengan strategi harga yang cukup besar sering akan merusak serta mengurangi pada aspek citra suatu merek.

Penulis menyimpulkan upaya melalui program promosi penjualan dilakukan secara maksimal untuk tujuan mencapai target penjualan. Melalui

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kegiatan promosi yang terlalu intens akan mempengaruhi kebijakan perusahaan dalam menentukan strategi penjualan. Penurunan harga pada produk dilakukan untuk tujuan mengangkat volume penjualan jangka pendek sehingga target perusahaan dapat tercapai.

F. Strategi Penjualan

Konsep strategi penjualan yakni dimana perusahaan dapat menggabungkan rencana strategis perusahaan dan rencana taktis untuk mecapai tujuan dari perusahaan. Biasanya rencana strategis digunakan dalam kurun waktu yang panjang, namun rencana taktis adalah rencana yang dilakukan dalam kurun waktu sebentar. Beberapa strategi penjualan sebagai berikut[33]:

1. Analisis variasi jenis produk untuk menarik konsumen.
2. Perencanaan strategis untuk penjualan konsulatif.
3. Informasi yang tepat mengenai karakter pelanggan.
4. Strategi presentasi penjualan yang baik.

G. Konsep Penjualan

Konsep penjualan adalah suatu paradigma manajemen dalam ruang lingkup penjualan. Sehingga memiliki tujuan orientasi pada keinginan dan kebutuhan konsumen dengan bantuan kegiatan penjualan terpadu. Konsep

[33]Ibid.Hlm 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penjualan menjadi kunci untuk membidik kepuasan dan keberhasilan pada suatu organisasi. Empat unsur tentang konsep penjualan yaitu[34]:

1. Orientasi pada konsumen
2. Kegiatan penjualan yang terpadu
3. Kepuasan konsumen
4. Tujuan perusahaan jangka panjang

Sedangkan menurut David Jobber konsep penjualan pada suatu bisnis melalui beberapa aspek yakni[35]:

1. Orientasi Produksi.
2. Orientasi penjualan.
3. Orientasi pemasaran
4. Orientasi Produksi

H. Tinjauan Industri

Pengertian industri menurut Undang-Undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1984 adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rencana

[34]Onny Fitriana Sitorus Novelia Utami, "*Strategi Promosi Pemasaran*, 2017, Hlm. 9-10
[35]Ibid.Hlm,15..

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membangun dan rekayasa industri[36]. Perindustrian diselenggarakan dengan tujuan[37]:

1) Mewujudkan industri Nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian Nasional.
2) Mewujudkan kedalaman dan kekuatan struktur industri.
3) Mewujudkan industri yang mandiri, berdaya saing, maju dan industri hijau.
4) Mewujudkan kepastian perusahaan, persaingan sehat, mencegah pemusatan industri oleh perseorangan yang merugikan masyarakat.
5) Membuka kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja.
6) Mewujudkan pemerataan pembangunan industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkukuh ketahanan Nasional.
7) Meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Jenis-jenis industri, yakni jenis industri berdasarkan jumlah tenaga kerja. Industri besar adalah industri yang memiliki tenaga kerja mencapai 100 orang atau lebih, industri sedang adalah industri yang memiliki tenaga kerja antara 20 sampai 99 orang. Industri kecil adalah industri yang mempunyai tenaga kerja

[36] Dokumen Salinan Untdang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 Doakses Dari Https://Jdih.Kemenkeu.Go.Id/Fulltext/2014/3TAHUN2014UU.HTM Pada Selasa 13 Oktober 2020 Pada Jam 2.14.

[37] Bab I Ketentuan Umum Pasal 3 Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014, Diakses : Https://Www.Jogloabang.Com/Pustaka/Uu-3-2014-Perindustrian Pada 13 Oktober 2020 Pada Jam 2.20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

antara 5 sampai 19 orang. Industri rumah tangga adalah industri yang mempunyai tenaga kerja antara 1 sampai 4 orang. Industri pengolahan batu kapur termasuk dalam jenis industri tenaga kerja.

Jenis industri berdasarkan besar kecil modal yakni industri padat modal adalah industri yang dibangun dengan modal besar untuk kegiatan operasional maupun pembangunannya. Industri padat karya adalah industri lebih pada jumlah besar tenaga kerja dalam pembangunan serta oprasionalnya.

Jenis industri berdasarkan pemilihan lokasi. Industri yang berorientasi pada pasar adalah industri yang didirikan sesuai dengan lokasi potensi target konsumen. Industri yang berorientasi pada tenaga kerja adalah industri yang berada pada lokasi di pusat pemukiman penduduk karena jenis industri tersebut membutuhkan banyak pekerja. Industri yang berorientasi pada bahan baku adalah jenis industri yang mendekati lokasi dimana bahan baku berada untuk memangkas biaya transportasi yang besar.

Jenis industri berdasarkan produktifitas Perorangan. Industri primer adalah industri yang barang produksinya bukan hasil olahan langsung seperti hasil produksi pertanian, peternakan, perkebunan dan perikanan. Industri sekunder adalah industri yang bahan mentah diolah sehingga menghasilkan barang untuk diolah kembali seperti pemintalan benang sutra dan komponen elektronik. Industri tersier adalah industri yang produknya berupa layanan jasa misalnya telekomunikasi, transportasi, dan perawatan kesehatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

I. Tinjauan Industri Pengolahan Batu Kapur.

1. Pengertian Industri Kapur kapur Desa Jeddih Timur

Industri pengolahan batu kapur Desa Jeddih Timur adalah suatu bentuk pengolahan menggunakan cara pembakaran bahan baku berupa batu kapur yang dilakukan selama dua hari satu malam. Industri kapur sudah ada sejak tahun 1920 dan dilakukan secara turun temurun melalui kegiatan mata pencaharian masyarakat Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan.

Penjualan produk dari industri kapur hingga saat ini masih didominasi oleh sistem penjualan *ghalangan* dimana seorang penambang kapur menjual produk langsung kepada juragan kapur. Penjualan produk industri kapur menggunakan sistem pembayaran dapat diangsur sehingga bisa memberi kemudahan bagi pembeli produk dalam membayar penjualan dengan dicicil.

Sistem penjualan kapur memiliki perkembangan yang baik dari sistem *Ghalangan dan* personal. Proses tersebut timbul karena ketahanan produksi kapur dan kebutuhan konsumen yang beragam. Dari sistem tersebut ada satu sistem penjualan yang hingga saat ini mendominasi aspek volume penjualannya yakni sistem *ghalangan*.

2. Cara Pengolahan Produk Industri Kapur.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengolahan industri kapur tergolong rumit. Hal tersebut dilihat dari beberapa tahapan proses sebagai berikut :

1) Proses pemilihan bahan baku kapur yang dibeli oleh penambang kapur melalui pengecer bahan baku. Ketika penambang kapur sekaligus pengolah bahan baku mendapatkan bahan baku kapur yang baik maka akan menghasilkan produk kapur yang baik.
2) proses *jhengkar*, yakni proses untuk penataan batu yang sudah dihancurkan sesuai ukuran yang diperkirakan cukup untuk ditata di atas tungku pembakaran bahan baku kapur. Proses ini menentukan panjang dan pendeknya proses pembakaran karena cara meletakkan batu sangat mempengaruhi bagi kualitas api dalam proses pembakaran.
3) Proses *ngobber*, yakni proses pembakaran dimana membutuhkan waktu pembakaran selama dua hari satu malam. Hal tersebut bergantung pada kondisi cuaca karena ketika hujan maka kualitas pembakaran akan tidak maksimal. Proses tersebut merupakan proses pengolahan batu kapur.
4) Proses *mata',* proses tersebut adalah proses dimana bahan baku yang sudah mengalami proses pembakaran kemudian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipindahkan ketempat yang sudah disediakan. Proses tersebut sudah memasuki proses sulit dimana dalam kurun waktu dua hari suhu pada tungku masih terasa cukup panas, pemindahan tersebut menggunakan cara manual yakni melalui gerobak, cangkul dan sekrop.

5) Proses *nyacca*, yakni proses dimana produk olahan kapur dipindahkan kemudian dilakukan proses penghancuran. Proses penghancuran tersebut berjarak selama empat belas hari. Jangka tersebut dinilai cukup untuk menghasilkan produk kapur terbaik. Proses penghancuran produk menggunakan media air dan cangkul. proses penghancuran masih dilakukan secara manual.

6) Proses *etangkes*, merupakan proses pengemasan produk. Proses tersebut tidak dapat diperkirakan karena proses tersebut dilakukan ketika produk dibeli oleh juragan kapur. Namun penjualan tersebut dapat dilakukan dengan segera ketika ada sistem penjualan yang lain berfungsi seperti sistem penjualan personal (penambang kapur). Karena tidak membutuhkan waktu yang panjang dalam melakukan pengemasan karena ketika ada pembeli maka produk langsung dilakukan pengemasan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7) Proses *mhua',* merupakan proses pengiriman. Proses tersebut sudah melewati proses promosi karena penjualan masih dipegang oleh juragan. Proses tersebut dimana penambang kapur sudah bisa menerima dana hasil penjualan sebesar 75%. Karena pembeli boleh membayar harga kapur sebanyak 75% dan sisa bisa dibayar setelah dua minggu kemudian.

3. Manfaat Produk Industri Kapur

Beberapa manfaat dari produk industri pengolahan batu kapur sebagai berikut :

1) Campuran bahan bangunan
2) Bahan untuk pengolahan rumput laut
3) Bahan pembasmi hama tambak dalam kegiatan perikanan
4) Bahan campuran kosmetik
5) Bahan campuran pembuatan cat

4. Desa Jaddih Timur

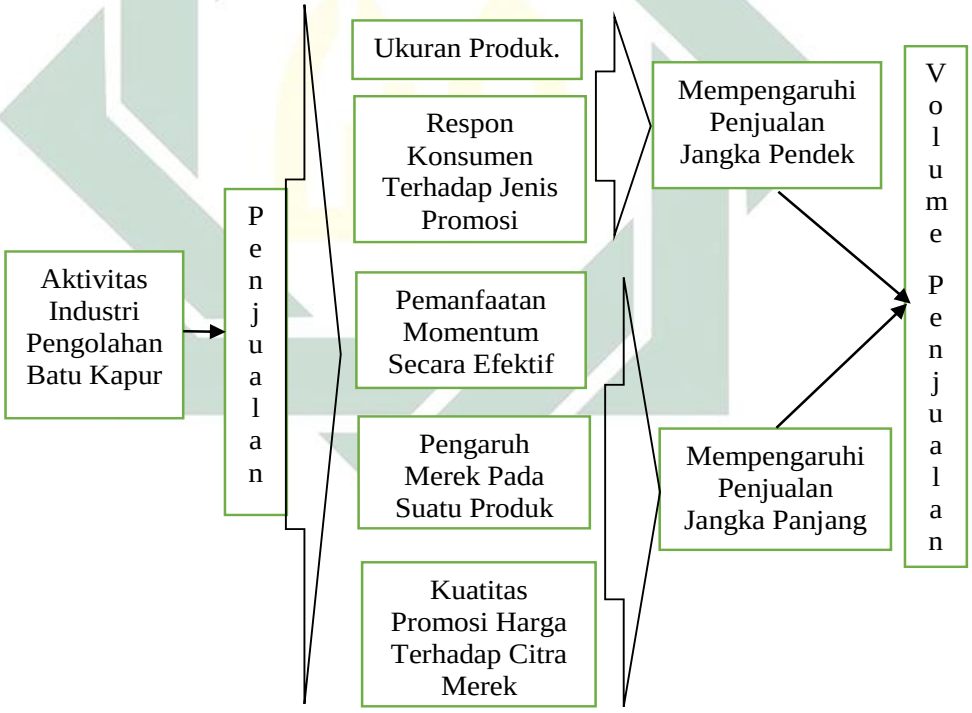
Desa Jaddih Timur merupakan Desa yang sebagian besar masyarakat bekerja sebagai penambang kapur. Mata pencaharian tersebut dipengaruhi oleh adanya bahan baku pada desa Jaddih yakni bukit kapur yang bisa di eksploitasi sebagai kebutuhan bahan pokok untuk kegiatan pengolahan industri kapur tersedia secara melimpah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Juragan kapur Desa Jaddih Timur hingga saat ini memiliki relasi penjualan cukup luas. Penjualan produk industri kapur yang sebelumnya ditujukan kepada ruang lingkup pulau Madura, namun saat ini dapat meluas hingga luar pulau Madura. Daerah tersebut meliputi Malang, Mojokerto, Surabaya, Pasuran, Banyuangi, Gersik, Papua, Situbondo.

J. Kerangka Konseptual Penelitian

Tabel 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian



Kerangka konseptual tersebut menjelaskan adanya peran dari jurgan kapur, penambang kapur serta konsumen kapur dalam menciptakan aktifitas industri pengolahan batu kapur di Jaddih Timur. Kegiatan industri pengolahan batu kapur menghasilkan produk sehingga memunculkan penjualan. Adanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penjualan akan memunculkan beberapa faktor penjualan menurut Tjiptono dan Chandra yakni ukuran produk, pemanfaatan momentum secara efektif, respon konsumen terhadap jenis promosi, pengaruh merek pada suatu produk dan kuatitas promosi harga terhadap citra merek. Faktor tersebut termasuk faktor yang mempengaruhi penjualan jangka pendek dan jangka panjang sehingga akan menghasilkan volume penjualan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Industri Pengolahan Batu Kapur Desa Jaddih Timur

1. Sekilas Tentang Industri Pengolahan Batu Kapur

Pengolahan industri batu kapur merupakan kegiatan masyarakat Desa Jaddih Timur dalam berupaya untuk memberi nilai guna terhadap bahan baku batu kapur. Potensi geografis melimpah sehingga dapat digunakan sebagai media kesejahteraan masyarakat. Proses industri pengolahan berupa pembakaran batu dengan media tumang dalam mengasilkan produk kapur yang bisa dijual. Industri pengolahan batu kapur cukup mudah dengan memakai alat tradisional dan dominan dikendalikan oleh peran manusia. Sehingga peran masyarakat memberi pengaruh besar dalam pengolahan.

Industri pengolahan batu kapur ada sejak tahun 1920. Awal mula proses pengolahan batu kapur dilakukan secara turun temurun baik pengolahan dan sistem penjualan. Dilihat dari sistem pengolahan masih tergolong sederhana ditinjau dari penggunaan alat pengolahan hingga metode pengolahan masih sama dari tahun ketahun. Pengolahan industri kapur termasuk pengolahan industri tradisional.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bahan baku batu kapur di daerah Bangkalan tersebar dalam lima belas kecamatan salah satunya adalah Kecamatan Socah Desa Jaddih. Tercatat luas bahan baku pengolahan hingga 7.296.337.707 m². Volume bahan baku dinilai cukup untuk kegiatan industri pengolahan. Aspek potensi fisik berupa lahan luas tempat untuk media tumang serta *tarop* sebagai wadah bahan baku proses pembakaran dan iklim yang sesuai dengan pengolahan industri. Aspek kesadaran masyarakat secara paragmatis terbuka dalam melakukan kegiatan industri pengolahan batu kapur.

2. Tujuan Pengolahan Industri Batu Kapur di Desa Jaddih Timur

Suatu kegiatan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan antara individu maupun kelompok sehingga memberikan pemenuhan aspek kebutuhan dan keinginan. Dalam kegiatan pengolahan industri batu kapur memiliki manfaat secara umum yakni menjadi *income* dan identitas profesi masyarakat Desa Jaddih Timur. Namun secara khusus sebagai berikut :

1) Membantu menyerap tenaga kerja sebanyak 16.000 orang. Baik tenaga kerja yang terserap pada industri formal maupun nonformal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Dijadikan kegiatan mata pencaharian unggulan karena didominasi oleh mayoritas masyarakat bekerja sebagai penambang batu kapur.

3) Dijadikan nilai promosi dan objek wisata daerah. Bekas pertambangan batu kapur menjadi objek wisata baru bagi masyarakat. Karena bekas penambangan bisa memunculkan sumber mata air baru.

4) Memenuhi kebutuhan masyarakat dalam konsumsi *Penah*..

3. Elemen Dalam Industri Pengolahan Batu Kapur**.**

Pengerjaan industri pengolahan dari bahan baku hingga produk jadi membutuhkan kontribusi dari beberapa elemen diantaranya juragan bahan baku, pengecer bahan baku, penambang kapur, kuli kapur, juragan kapur, kru logistik pengiriman produk juragan kayu pembakaran dan konsumen.

4. Fungsi Elemen di dalam Industri Pengolahan Batu Kapur

Dalam beberapa fase pengolahan perlu adanya kontribusi fungsi dari elemen terkait sehingga dapat mempercepat proses produksi. Fungsi tersebut diantaranya sebagai berikut :

1) Juragan bahan baku. Menyediakan bahan baku dengan fasilitas alat berat dan sebagai *supply* pertama pada bahan pokok pengolahan. Juragan bahan baku biasanya terlibat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam menentukan harga bahan baku sehingga berpengaruh terhadap harga produk kapur.

2) Pengecer bahan baku. Bahan baku tidak dibeli langsung oleh penambang kapur untuk kegiatan pengolahan. Namun masih melalui pengecer bahan baku dimana masih ada proses jual beli dalam kegiatan memperoleh bahan baku tersebut. Biasanya penambang kapur membeli bahan baku yang siap diolah kepada pengecer bahan baku.
3) Penambang kapur. Pengolahan industri kapur didominasi oleh peran penambang kapur. Penambang kapur adalah seseorang yang memiliki tumang untuk media pengolahan sekaligus individu pemilik bisnis pengolahan batu kapur. Penambang kapur memiliki fungsi sebagai pemilik modal utama dalam kegiata oprasional pengolahan, pekerja pengolahan dan pemilik bidang usaha(*tumang*).
4) Kuli kapur, Individu yang belum memiliki bidang usaha seperti *tumang* pengolahan batu kapur dan modal untuk kegiatan usaha. Sehingga bekerja kepada seseorang yang memiliki bidang usaha pengolahan batu kapur.
5) Juragan Kapur, juragan adalah istilah yang dinobatkan kepada seseorang majikan atau tuan yang menguasasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bidang bisnis biasanya ada pada bisnis nelayan.[38] Pengertian makelar yakni perantara perdagangan dimana perantara tersebut antara pembeli dan penjual pada suatu penjualan produk sehingga individu tersebut memiliki fungsi yang menjualkan barang atau mencarikan pembeli.[39]

Pengertian juragan kapur yakni individu yang memiliki akses kegiatan penjualan kepada konsumen yang berada di dalam daerah Madura atau luar Madura. Juragan kapur sering disebut pengepul produk kapur. Secara fungsional juragan dapat menjual produk kapur dan menentukan harga produk kapur. Terminologi diatas memberikan kesimpulan bahwa juragan kapur dapat dikategorikan sebagai makelar produk kapur dalam proses penjualan produk kapur. Karena menjadi penghubung antara penambang kapur dan konsumen.

6) Kru logistik pengiriman produk, dalam bisnis pengolahan batu kapur aspek pengiriman dapat dijadikan sebagai matapencaharian dibidang jasa. Karena dalam satu kru

[38] Nurfadhilah T "*Peranan Masyarakat Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi Di Desa Kenje Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar*", Skripsi, Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 201, Hal.17-18
[39]Https://Kbbi.Web.Id/Makelar. Diakses Pada 06 Februari 2021 Pada Jam 12:50 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

logistik ada beberapa elemen diantaranya empat orang petugas bongkar muat dan satu sebagai supir kendaran.

7) Juragan kayu bakar, seseorang yang memiliki relasi bisnis untuk menyediakan bahan baku pengolahan seperti kayu. Juragan kayu membeli kayu pada seseorang yang ada pada suatu proyek pembangunan dan pembongkaran rumah. Secara fungsional juragan kayu sebagai penyedia jasa dalam mencarikan tempat atau titik penyedia bahan baku kayu bakar.

8) Konsumen, individu atau kelompok yang membutuhkan produk kapur untuk kegiatan pembangunan, campuran bahan pengolahan rumput laut dan perawatan tambak pada kegiatan perikanan.

5. Sistem Pengolahan Batu Kapur

Beberapa fase dalam pengolahan batu kapur menjadi barang siap dikonsumsi oleh konsumen. Beberapa fase pengolahannya sebagai berikut:

1) Fase memilih bahan baku adalah hal penting dilakukan karena untuk mendapatkan kualitas produk yang baik sehingga membutuhkan bahan baku yang baik. Dalam fase ini penambang kapur berinteraksi dengan pengecer bahan baku untuk membeli

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahan baku yang baik. Kriteria bahan baku yang baik dalam pengolahan batu kapur yakni berwarna putih kebiru-biruan serta karakteristik batu yang keras dan tidak basah.

2) Fase menghancurkan bahan baku, ketika bahan baku sudah dibeli oleh pengecer bahan baku maka pengecer bahan baku kemudian dihancurkan. Dalam proses tersebut pemilik bidang bisnis bisa mempekerjakan kuli batu atau dikerjakan sendiri. Batu dihancurkan agar sesuai dengan kebutuhan pengolahan dan memudahkan proses penataan dalam tumang.
3) Fase membeli bahan baku pembakaran, ketika bahan baku sudah siap ditata dalam media pembakaran tumang maka penambang kapur melakukan komunikasi dengan juragan kayu. Dalam hal ini keduanya mencari kayu bakar sebagai media pembakaran. Membutuhkan kru logistik untuk melakukan proses pengiriman hingga sampai ketempat pengolahan dari tempat pembelian kayu bakar.
4) Fase *jhengkar*, proses jengkar merupakan proses penataan batu kapur dalam tumang merupakan lanjutan dari proses menghancurkan batu. Dalam proses pengerjaan tersebut bisanya penambang kapur membutuhkan sedikitnya tiga orang untuk membantu proses penataan batu sebelum dikerjakan proses pembakaran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Fase *ngobber* merupakan proses pembakaran dari pengolahan batu kapur. Dalam fase tersebut penambang kapur membutuhkan satu kuli untuk membantu proses pembakaran yang berkisar dua hari satu malam, satu hari satu malam serta ada yang melakukan proses pembakaran hingga dua hari dua malam. Fase *ngobber* adalah kegiatan membakar tungku yang sudah ditata bahan baku batu kapur dengan kayu bakar dibantu oleh media pendukung seperti minyak tanah, oli bekas, solar, kulit biji jambu monyet hingga ban bekas.
6) Fase *mata',*adalah proses pemindahan bahan baku yang sudah dilakukan kegiatan pembakaran hingga dinyatakan matang. Dalam fase tersebut membutuhkan satu orang kuli dan penambang batu dalam mengangkat bahan baku kapur setelah pembakaran. Proses ini dilakukan setelah dua hari selesai pembakaran.
7) Fase *nyacca*, proses dimana penghancuran batu yang sudah melalui proses pembakaran dan *mata'* yang kemudian ditempatkan pada bidang wadah seluas (30 Meter x 8 Meter) untuk bahan baku agar dihancurkan. Proses penghancuran bahan baku menggunakan media tradisional seperti cangkul dan air.
8) Fase *nangkes*, merupakan pengemasan yang dilakukan oleh penambang kapur tentang produk yang sudah jadi. Proses

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut membutuhkan empat orang pekerja meliputi tiga orang pembungkus barang jadi dan satu orang yang melakukan proses penutup kemasan. Penutup kemasan bisa menggunakan steples atau tali rafia.

9) Fase *buad* juragan kapur adalah tradisi tansaksi yang dilakukan oleh penambang kapur selaku pemilik bidang usaha dan produk dengan juragan terkait penjualan yang akan ditangani oleh juragan atau penjualan dilakukan secara personal baik langganan atau dan amatiran.

10) Fase *mua'* adalah proses dimana sudah ada kesepakatan antara penambang kapur dengan juragan kapur untuk bersedia menjual produk kepada konsumen yang terjaring dalam relasi bisnis oleh juragan kapur. Dalam fase tersebut elemen yang terkait adalah penambang kapur, kru pengiriman produk, kuli kapur dan juragan kapur.

6. Perkembangan pengolahan industri kapur

Kegiatan industri pengolahan batu kapur telah berlangsung dari tahun 1920 hingga saat ini. Keberlangsungan operasional menimbulkan beberapa perkembangan baik dalam aspek pengolahan, diferensiasi transaksi, tempat penjualan, harga produk, ongkos, modal terbaru dan jenis produk.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Pengolahan

Perkembangan dalam aspek pengolahan dapat dilihat dari inovasi pemakaian bahan bakar dalam menciptakan produk kapur yang baik. Diketahui bahwa perkembangan inovasi pengolahan pada tahun 1920 hingga saat ini mengalami perkembangan melalui campuran minyak tanah, solar, oli bekas, kulit biji jambu monyet, ban bekas dan *blower*.

a. Awal pengolahan pada tahun 1920 diketahui pengolahan tidak menggunakan campuran apapun sehingga pengolahan masih bersifat sangat tradisional. Pengolahan dalam aspek pembakaran menggunakan kayu lokal seperti kayu Kolmes, kayu Mangga, kayu *Pring* atau Bambu. Namun kayu kolmes yang dipercaya sangat bagus dalam menjadikan produk kapur memiliki kualitas yang baik meliputi kualitas warna, kehaluasan produk dan tingkat suhu panas api dalam pembakaran

b. Pada tahun 1990 pengolahan batu kapur menemukan inovasi dengan mencampurkan pembakaran dengan minyak tanah. Prosesnya adalah kayu pembakaran di poles minyak tanah sebelum dimasukkan kedalam tumang pembakaran sehingga menghasilkan kualitas api yang lebih besar dan mempercepat proses pembakaran. Pada tahun tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

minyak tanah masih dijangkau dengan harga Rp. 500.00 biasanya dalam sekali proses pembakaran penambang menghabiskan satu liter minyak tanah.

c. Pada tahun 1995 pengolahan batu kapur dalam aspek proses pembakaran memiliki inovasi dengan mencampurkan pembakaran dengan solar. Proses pemakaian yakni dengan menyiramkan solar kedalam tumang pembakaran agar menghasilkan kualitas api yang lebih besar.

d. Pada tahun 1996 pengolahan batu kapur mengalami perkembangan dengan mencampur proses pembakaran dengan oli bekas. Proses penggunaannya adalah penambang kapur membuat lubang kecil yang bisa dimasuki pipa sebagai jalan oli bekas menuju dasar tumang tempat api pembakaran. Kemudian menghasilkan api yang lebih besar dan membantu mempercepat proses pembakaran.

e. Pada tahun 2000 an pengolahan batu kapur memiliki perkembangan dengan mencampurkan pembakaran dengan kulit biji Jambu Monyet. Dalam sekali pembakaran biasanya penambang kapur menghabiskan sebanyak 5 karung kulit biji jambu monyet. Campuran tersebut didapat penambang kapur dari juragan yang menjual biji jambu monyet. Proses

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemakaian dengan mencampur kulit jambu monyet ketika proses pembakaran dengan wadah yang berbentuk piring.

f. Pada tahun 2015 pengolahan batu kapur memiliki inovasi dengan mencampurkan proses pembakaran dengan ban bekas. Harga dalam setiap ban bekas adalah Rp. 1.500.00. dalam satu kali proses pembakaran membutuhkan sebanyak 100-200 ban bekas yang dibeli penambang kapur kepada juragan ban bekas. Proses pemakaian dengan memasukkan satu ban bekas ketika selesai *nyoguh apoy* atau membesarkan volume panas api dalam *tumang* dari proses pembakaran.

g. Pada tahun 2019 pengembangan proses pembakaran mengalami peningkatan yakni dengan menggunakan *blower* atau kipas angin dalam proses pembakaran. Proses pemakaian dengan memberikan kipas angin tepat di depan lubang tumang saat proses pembakaran. Alat tersebut tidak bergantung kepada juragan seperti alat bantu sebelumnya. Hal ini memberikan dampak penggunaan volume kayu bakar lebih sedikit dan pembakaran lebih cepat selesai dan arang sisa pembakaran lebih sedikit.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7. Diferensiasi Sistem Penjualan

Pengolahan yang dilakukan secara turun temurun menghasilkan perkembangan dalam menentukan model penjulan. Hal tersebut dilihat dari diferensiasi jumlah transaksi yang dimuat dari awal hingga berkembang saat ini. Sistem penjualan tersebut dibagi menjadi sistem penjualan ghalangan dan personal.

1) Sistem penjualan *ghalangan* lingkup (Jawa Timur), adalah suatu sistem yang ada sejak sejak tahun 1920 dan membidik terhadap aspek transaksi penjualan produk industri kapur. Baik dalam hal memasarkan, menjual dan menentukan harga melalui peran juragan. Adanya sistem penjualan dalam kegiatan oprasional pengolahan yakni sebagai upaya dalam mencari konsumen. Alur transaksi dengan adanya kesepakatan bahwa konsumen membayar 75% melalui juragan dari harga satu paket pengiriman produk kemudian 25% sisa pembayaran di penuhi dua minggu kemudian. Kemudian sistem penjualan *ghalangan* lingkup (Nasional) untuk pengiriman ke ranah luar Provinsi hampir sama dengan rantai pasokan dalam Provinsi. Juragan bahan baku menjual bahan baku kepada pengecer bahan baku. Kemudian pengecer bahan baku menjual kepada penambang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kapur. Kemudian bahan baku di olah dan dikemas menjadi produk jadi. Kemudian juragan memasarkan produk dengan via telepon, setelah ada kesepakatan lalu dikirim melalui ekspedisi laut. Kemudian produk dikirim melalui ekspedisi laut dan turun ditangan juragan yang ada di Papua. Juragan di Papua menjual produk kepada masyarakat untuk kebutuhan *penah*.

2) Sistem penjualan personal, yakni sistem penjualan yang muncul pada tahun 2000 dibagi menjadi kategori *laghenan* dan amatiran. Penjualan secara personal kategori *laghenan*, penambang kapur memiliki langganan konsumen pribadi. Pada sistem tersebut bahan baku dibeli oleh pengecer bahan baku kapur dari juragan bahan baku kemudian dijual kepada penambang kapur untuk dikelola. Setelah bahan baku dikelola menjadi barang jadi kemudian langsung dikirim kepelanggan. Namun sebelumnya sudah ada kesepakatan untuk melakukan pengiriman pada waktu yang sudah ditentukan. Konsumen dalam sistem penjualan tersebut pekerja industri pengolahan rumput laut di daerah sampang dan pekerja tambak di daerah Bhuluh. Sistem amatiran dengan proses bahan baku dibeli oleh pengecer bahan baku dari juragan bahan baku. Kemudian dijual kepada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penambang kapur sehingga penambang dapat memiliki bahan baku pengolahan industri dengan membeli kepada pengecer bahan baku. Setelah bahan baku ada ditangan penambang kapur maka akan dikelola melalui proses pengolahan dari proses pemasangan batu di tungku pembakaran hingga proses sebelum pengemasan. Sebelum proses pengemasan bahan baku setengah jadi biasanya dibeli oleh konsumen dengan karakter kebutuhan sebagai bahan campuran cat bangunan dan konsumen dengan kebutuhan sebagai campuran bahan kosmetik. ketika bahan baku yang dikelola menjadi barang jadi biasanya dibeli oleh konsumen yang bermata pencaharian sebagai tukang jagal sapi. Pangsa pasar dalam sistem penjualan personal disini lebih mengeruncut biasanya berasal dari daerah Bangkalan sendiri.

8. Tempat Transaksi Penjualan

Perkembangan dari tempat transaksi dalam melakukan penjualan mengalami perubahan. Dari tahun 1920 hingga saat ini dinilai perkembangan tersebut dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Pada tahun 1920 sampai tahun 1998 transaksi masih dilakukan di daerah Tangjung Perak (*pette'an*). *Pette'an* adalah kawasan bongkar muat dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bertemunya konsumen dan juragan dalam transaksi jual beli. Baik penjualan yang akan dikirim ke Gresik, Sidoarjo hingga Probolinggo.

Pada tahun 1998 hingga 2007 berpindah ke daerah jalan Malang (Prapta) yang ada dikawasan Surabaya. Ditempat inilah juragan dan konsumen bertemu untuk memasarkan produk kapur juga untuk kegiatan transaksi pembelian bahan baku kayu bakar untuk pengolahan selanjunya. Pada tahun 2007 hingga saat ini transaksi dilakukan melalui via telepon sehingga tidak membutuhkan tempat khusus.

9. Harga Produk

Harga satuan produk ketika dijual didalam Provinsi Jawa Timur berkisar Rp. 4.300.00. harga yang diberikan ketika dijual keluar Provinsi mencapai Rp.50.000

10. Modal Industri Pengolahan Batu Kapur

Modal yang dibutuhkan dalam kegiatan industri pengolahan batu kapur sebagai berikut :

Tabel. 3.1 Rincian Modal Pembakaran Kapur

No.	Kegiatan	Nilai	Satuan	Jumlah	Ket
1	Bahan baku kapur	Rp.400.000	2	Rp.800.000	Penambang kapur
2	Ongkos penghancur batu	Rp. 100.000	1	Rp.100.000	Penambang kapur
3	Jhengkar batu	Rp. 100.000	1	Rp.100.000	Penambang kapur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Koli jhengkar batu	Rp. 220.000	3 orang	Rp. 220.000	Penambang kapur
4	Pembakaran batu	Rp.100.000	2	Rp.200.000	Penambang kapur
	Konsumsi penambang kapur pembakaran	Rp. 100.000		Rp. 100.000	Penambang kapur
5	Proses mata’	Rp. 100.000	2	Rp.200.000	Penambang kapur
6	Proses nyacca	Rp. 100 .000	1	Rp. 100.000	Penambang kapur
9	Harga kayu bakar	Rp. 3.000.000	1	Rp.3.000.000	Penambang kapur
				Rp. 4.820.000	Penambang kapur
10	Modal	Rp. 4.000.000		Rp. 5.000.000	Penambang kapur
7	Proses nangkes	Rp. 140.000	3 orang	Rp.420.000	Juragan kapur
	Nyeppet kemasan	Rp. 80. 000	1	Rp. 80. 000	Juragan kapur
8	Proses mua’	Rp. 1.100.000		Rp. 1.100.000	Juragan kapur
	Hasil			Rp. 1.510.000	Juragan kapur

Sumber data : data observasi prariset

11. Jenis Produk

Produk yang ditawarkan kepada konsumen meliputi produk setengah jadi dan produk jadi sebagai berikut:

a. Produk setengah jadi, yakni produk yang biasanya dicari oleh konsumen setelah adanya proses *mata’*. Produk tersebut merupakan batu *ghampin*. Proses pengemasan memakai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karung. Harga penjualan lebih tinggi namun volume penjualannya masih minim.

b. Produk jadi, yakni produk yang sudah melewati proses pengemasan dan siap dijual oleh juragan. Karakteristik produk tersebut biasanya dibungkus oleh plastik dan karung.

12. Manfaat Produk

Beberapa karakter manfaat produk industri kapur sebagai campuran bahan bangunan, bahan untuk pengolahan rumput laut, bahan pembasmi hama tambak dalam kegiatan perikanan, bahan campuran kosmetik, bahan campuran pembuatan cat, campuran konsumsi *penah*, dan campuran pembuatan piring

13. Kendala-Kendala

Beberapa kendala dalam proses industri pengolahan batu kapur diantaranya sebagai berikut:

1) Ketika kondisi harga mengalami kenaikan maka permintaan konsumen terhadap produk kapur juga mengalami kenaikan. Ketika harga dari produk kapur mengalami penurunan.

2) Penambang kapur mengeluh terhadap kenaikan dan penurunan harga produk kapur yang berubah-ubah. Pasalnya dilapangan konsumen tidak ingin menerima produk kapur dengan harga yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih tinggi namun harga bahan baku mengalami kenaikan yang relatif cepat

3) Penambang kapur menjual produknya kepada juragan atau pengepul. Hingga saat ini penambang tidak mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi volume penjualan produk kapur. Karena dari tahun 1920 hingga saat ini penambang masih berfokus pada sistem pengolahan dan tidak mengevaluasi sistem penjualan.
4) Penambang kapur kekurangan relasi bisnis dalam menjual produk kapur. Sehingga penjualan ditangani langsung oleh juragan. Dalam kondisi ini penambang mempercayai sepenuhnya kepada juragan dalam menjual produk kapur.
5) Penambang kurang mendapat binaan dari pemerintah Kabupaten dalam hal menciptakan sara kegiatan ekonomi meliputi aspek pengolahan dan penjualan potensi geografis.
6) Jarak konsumen dengan pengolahan kian tahun semakin jauh. Sehingga penambang memerlukan ongkos lebih tinggi.

14. Tempat Konsumen

Konsumen olahan batu kapur dari wilayah yang tersebar di dalam maupun luar pulau madura diantaranya Probolinggo, Malang, Pasuruan, Sidoarjo, Surabaya, Sumenep, Bangkalan, Pamekasan, Sampang dan Papua.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Analisis Pelaksanaan Penjualan Produk Industri Pengolahan Kapur Desa Jaddih Timur Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan

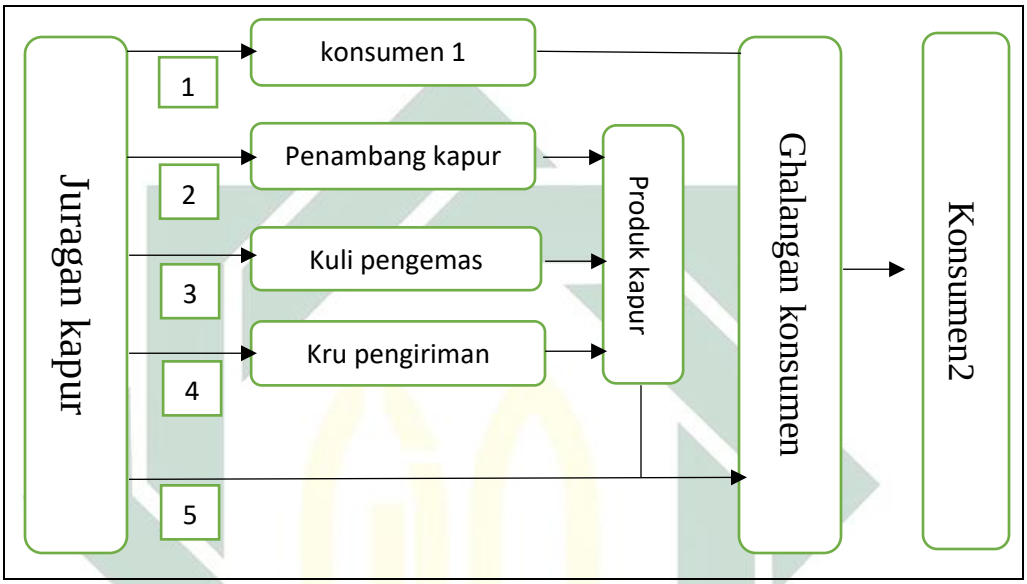
Secara teknis dilihat kebutuhan dari pangsa pasar bisnis penjualan produk industri kapur desa Jaddih Timur. Karakter produk berfungsi sebagai campuran bahan bangunan. Produk industri kapur diminati oleh konsumen saat melakukan kegiatan pembangunan gedung baik sifatnya personal atau kelompok berbasis proyek. Dalam alur sistem penjualan produk kapur secara umum ditangani oleh juragan dengan memasarkan produk kepada konsumen. Sebagian besar konsumen tersebar dalam wilayah Jawa Timur. Tujuan khusus pemasok produk kapur yakni kepada individu yang memiliki toko bangunan dan akan kembali dijual kepada konsumen atau *ghalangan*.

Dalam proses penjualan produk kapur, tahap pengenalan produk yakni juragan kapur atau makelar produk kapur membawa contoh produk dengan beberapa ukuran seperti sembilan *blek* jadi sepuluh, tiga *blek* jadi empat dan tiga *blek* jadi lima. Berat satu *blek* sekitar lima kilo gram. Juragan membawa produk sekaligus meyakinkan konsumen pada konsumen *ghalangan* untuk membeli produk. Varian kemasan meliputi plastik dan karung. Apabila konsumen menyetujui pembelian produk kapur maka produk siap dikirim dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Desa Jaddih ke tempat konsumen berasal. Dalam proses penjualan terdapat tahapan penjualan dari tempat pengolahan hingga sampai kepada konsumen.

Tabel. 4.1 Transaksi Penjualan.



Sumber : hasil temuan dilapangan.

Tahap awal juragan kapur membawa contoh produk kepada konsumen yang tersebar di Jawa Timur. Kemudian setelah menemukan *ghalangan* atau tempat pemasok penjualan produk kapur, selanjutnya juragan menawarkan kepada *ghalangan* dengan menjelaskan karakter produk. Ketika pemilik *ghalangan* atau konsumen pertama menyetujui maka juragan kapur menghubungi penambang kapur di Madura untuk membeli produk kapur dengan harga Rp. 4.300 - Rp. 6.000 . Setelah membeli produk kapur kepada penambang kapur selanjutnya meminta bantuan kuli pengemasan untuk mengemas produk kapur dengan plastik maupun karung. Selanjunya juragan kapur menghubungi kru pengiriman untuk mengirim produk ke konsumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ghalangan. Konsumen dapat berupa proyek pembangunan perumahan atau pembangunan gedung bertingkat dan pekerja industri pengolahan rumput laut.

Penjualan akan terjadi ketika ada klaim juragan kapur kepada konsumen diantaranya sebagai berikut :

1. Produk belum dibeli oleh juragan lainnya.
2. Bersedia untuk mengemas takaran produk secara konsisten.
3. Menyepakati harga penjualan di tempat.
4. Bersedia untuk dibayar 75% kemudian 25% setelah berjangka dua minggu kemudian
5. Produk mecapai kualitas matang yang baik atau ketika dibakar suhu pembakaran di atas tumang mencapai 50 derajat selsius.
6. Penambang kapur tidak terikat dengan juragan yang lain.

Ketika salah satu klaim tersebut dibatalkan maka juragan kapur tidak dapat membeli produk kapur dari penambang kapur dikarenakan unsur *local wisdom* suku Madura yang mengedepankan *tata krama* dari pada proses penjualan dan klaim tersebut masih hingga saat ini.

B. Analisis Peran *Leadership* Juragan Kapur Atau Makelar Produk Dalam Menumbuhkan Volume Penjualan Produk Industri Kapur Desa Jaddih Timur

Juragan kapur atau makelar produk kapur adalah individu yang melakukan pembelian produk kapur kepada penambang kapur. Kemudian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjual kembali produk tersebut kepada konsumen yang ada diluar tempat pengolahan kapur. Juragan kapur atau makelar produk kapur bisa dikatakan sebagai tengkulak yang membeli produk kapur kemudian dikemas dan menjual kembali. Penjualan kapur dapat ditangani oleh juragan kapur karena memiliki relasi bisnis yang lebih luas dari pada penambang kapur. Secara fungsional juragan kapur sebagai pembeli pertama produk kapur sekaligus sebagai rantai pasokan penjualan pertama.

Upaya juragan kapur dalam menjaga volume penjualan kapur dalam sudut pandang juragan kapur dan penambang kapur sebagai berikut : Terjemahan atau (Tj). "*Sebenarnya tidak ada yang di kroscek tentang problem ukuran penuh apa tidak dalam takaran satu blek apa tidak, kenapa bisa begitu ayo etangkessah saya sama saya dibeli 4.300 rupiah sebelum berangkat sama saya akan di kasik uangnya."* Juragan berusaha meyakinkan penambang kapur untuk bersedia menjual produk hasil pembakaran batu kapur kepada juragan kapur diwujudkan oleh juragan kapur atau makelar produk kapur membayar kontan sesuai dengan harga yang ada. Juragan kapur memberikan jaminan bahwa pembayaran akan diberikan sebelum produk dikirim ke luar pulau Madura. (Robert, 1997) mengatakan dalam negosiasi dalam transaksi dapat terjadi ketika tidak ada aturan yang baku sehingga setiap pihak memperjuangkan kepentingannya melalui proses pembicaran, mendengarkan dan pengamatan sehinga mencapai suatu kesepakatan yang dapat diterima oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kedua belah pihak[40]. Juragan kapur dan penambang kapur membicarakan dengan seksama kepentingan dalam penjualan tersebut yakni agar mendapatkan penghasilan dan juragan dapat menjual kembali kepada konsumen agar mendapatkan keuntungan. sehingga kedua belah pihak sama-sama menguntungkan.

"kadang juragan memberi modal iya biar cepat bakarnya biar cepat masaknya biar cepat kadang kalau biasanya kirim lima kali kalau dimodalin bisa kirim enam kali tujuh kali bisa".[41]Juragan mengetahui problem yang dihadapi oleh penambang kapur yakni kekuarangan modal. Sehingga beberapa juragan kapur memberikan modal untuk dibelikan bahan baku agar dapat kembali melakukan kegiatan pengolahan dengan kesepakatan antara penambang maupun dengan pemberi modal. Hal ini efektif karena dapat memberikan peningkatan terhadap volume penjualan. Fitra (2011) dalam Rifda Zahra Afifah menganalisis perkembangan usaha mikro dan kecil setelah memperoleh pembiayaan mudharabah dari BMT At-Taqwa Halmahera di Kota Semarang. Memberikan dampak bahwa ada peningkatan aspek modal, omzet penjualan, dan keuntungan sesudah memperoleh pembiayaan dari BMT At Taqwa Halmahera Kota Semarang.[42] Pemberian modal oleh juragan digunakan

---

[40] Mahmudah Nursolihah, "*Analisis Karakteristik Khusus Teks Negosiasi*", Jurnal Ilmiah Pend. Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah, Vol. 10:1, Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Pancakarya, Tangerang, Januari, 2020, hal.26.
[41] Dokumen Wawancara "Nari" 13 November 2020
[42] Rifda Zahra Afifah, "*Analisis Bantuan Modal Dan Kredit Bagi Kelompok Pelaku Usaha Mikro Oleh Dinas Koperasi Dan Umkm Kota Semarang Studi Kasus: Kpum Di Kelurahan Pekunden, Kecamatan*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mempercepat pengolahan sehingga meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Tj. "*pengaruh sebenernya cong ya juragan itu yang membuat mempercepat kepada pembakaran kapur karena ya saya di keri satu kali terus ketika dapat itu 3 juta itupun cuman dibeli bahan baku batu sisanya kan tidak cukup masih nunggu lagi cong seandainya bisa dikasi 3 juta lalu setengah bulan kemudian dilunasi*". [43] Juragan tidak memiliki karakter yang sama. Penambang kapur mengatakan ada karakter juragan yang tidak memahami kebutuhan penambang kapur sehingga penjualan tidak dibayar dengan 75%. Penambang hanya di beri uang 3 juta rupiah sebagai hasil penjualan produk. Hal tersebut belum cukup karena untuk membeli bahan saja belum cukup. Sehingga menjadi masalah penambang kapur dalam menciptaan proses pengolahan secara berulang-ulang dalam rangka tetap menyambung kegiatan mata pencaharian. (Hariawan, 2016) kondisi ketika perusahaan memberlakuan penjualan produk hanya secara kontan, maka akan menyebabkan konsumen mencari perusahaan lain yang menggunakan strategi penjualan kredit dengan penerimaan uang tunai. Strategi penjualan kredit, bertujuan untuk dapat memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan sehingga dapat meningkatkan perolehan laba perusahaan

---

Semarang Tengah", jurnal ekonomi, Vol.1:1, Jurusan IESP, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Tahun 2012, hal.4.

[43] Dokumen Wawancara "Masri" 03 Oktober 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"pertama sudah kenal juga tau seluk beluknya juragan kan kalau sudah kenal terus tau seluknyanya dikasih kalau gak kenal ya gak dikasih kalaun tidak kenal dikasih terus kalau gak di bayar mau di tagih kemana harus sudah kenal tau".[44] Upaya juragan kapur atau makelar produk kapur menjaga reputasi bisnis dalam berkarir sebagai makelar produk kapur. Ketika juragan kapur berusaha menjaga transparansi transaksi dan membayar sisa penjualan tepat waktu maka penambang kapur tidak kesulitan dalam menjual produk kapur karena telah mengetahui karakter juragan. Seperti yang dikemukakan oleh Reza Haikal Hakim mengemukakan hasil analisis menunjukkan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Go-Ride di Kota Bandung. Hal ini berdasarkan pada pengujian hipotesis dalam analisis Amos yang menghasilkan nilai Estimate sebesar 0,419 dan C.R sebesar 4,558 yang memenuhi syarat yaitu > 1,96 yang memenuhi syarat yaitu < 0,05.[45] Hal tersebut sama dengan yang dilakukan oleh juragan dalam meyakinkan penambang kapur untuk menjual produk kepada juragan kapur.

Secara umum karakter kepemimpinan juragan kapur dalam memimpin sistem penjualan *ghalangan* mengedepankan kapasitas negosiasi penawaran

[44] Dokumen Wawancara "Mahfudz" 31 Oktober 2020

[45] Reza Haikal Hakim, "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Go-Ride Di Kota Bandung)*", DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro Vol. 6:1, Tahun 2017, hal.7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap konsumen. Kemudian membayar dana hasil penjualan secara konsisten berupa uang tunai sehingga dapat digunakan untuk membeli bahan baku. Kemudian juragan kapur sebagai penentu harga. Nominal harga dirancang sebagai nominal yang dapat memenuhi kebutuhan pokok dan pembelian bahan baku pengolahan usaha penambang kapur. Menurut (Stanton,2004) indikator di dalam harga yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Konsumen merasa tertarik dengan produk pada harga yang murah, terutama kualitas produk yang dihasilkan dengan yang lain sama. Oleh karena itu penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian, dan memaksimalkan volume penjualan bagi perusahaan terkait. Selain itu Juragan kapur sebagai media narahubung penambang dengan konsumen yang dalam maupun luar lingkup daerah Madura.

C. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Industri Pengolahan Batu Kapur Desa Jaddih Timur

Faktor-faktor yang dapat menghambat volume penjualan produk industri pengolahan batu kapur secara keseluruhan berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Sehingga memberikan dampak pada tingkat volume penjualan. Secara umum faktor yang mepengaruhi volume penjualan produk industri pengolahan batu kapur Desa Jeddih Timur dibagi menjadi faktor yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan volume penjualan sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor yang mempengaruhi peningkatan volume penjualan produk industri kapur yakni : *"kalau harga Gresik Tuban itu murah pak tapi kalau sama Madura kalah disana itu kapurnya jelek tidak kalau di Madura halus kapurnya".*[46] Ketertarikan konsumen terhadap produk kapur yakni kualitas produk yang memiliki kehalusan yang baik. Beberapa pemasok kapur yang berada di Jawa Timur tidak dapat menyaingi kualitas kapur Madura. Dalam aspek fungsi seperti campuran bahan bangunan. Hal tersebut berdampak posistif bagi penjualan kapur karena adanya kompetitif kualitas produk yang dapat menjaga volume penjualan. (M.N. Nasution, 2001) bahwa kualitas produk yang baik akan diminati oleh para konsumen, walaupun dengan harga mahal ataupun murah, pasti dicari asalkan produk tersebut memberi kenyamanan, kepuasan dan bermanfaat setelah melakukan pembelian. Adanya volume penjualan ke Pasuruan, Banyuangi dan Bondowoso dalam memanfaatkan produk kapur sebagai campuran bahan bangunan dalam menghemat pemakaian semen

"kalau dulu itu tidak ada hp kalau saya mau nyetor itu ya saya keliling saya keliling ke ghalangan itu habis apa endak saya keliling kesana terus saya bilang kalau habis nanti tiga hari lagi saya kirim cuman bilang gitu kalau sekarang kan ada hape bnyak dari rumah tinggal ngebel enak, kalau enaknya enak an sekrang , mudah sekrang itu gak kayak dulu kalau dulu itu saya mau

[46] Dokumen Wawancara "Nari" 13 November 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ngirim itu keliling satu hari keliling itu selesai apalagi kalau dulu itu say punya juragan sampai delapan mulai pagi pagi saya tengok tengok"[47]. Adanya teknologi komunikasi dapat memangkas waktu dan tenaga. Dilihat dari perkembangan tempat transaksi Tanjung Perak lalu berpindah ke Embong Malang dan Prapen kemudian ke Prapta kemudian beralih ke *handphone* sebagai alat komunikasi jarak jauh. Sehingga dapat memudahkan komunikasi juragan kapur kepada setiap *ghalangan* untuk mengecek stok produk. (Hidayat, 2008) perdagangan melalui eletronik (*E-Commerce :* electronic commerce) adalah bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara online dari sudut tempat manapun. Berbeda dengan tahun sebelum ada *handphone* yakni juragan kapur ikut serta dalam kegiatan pengiriman hingga kegiatan bongkar muat dan tidak efektif.

Tj. *"ya satu bulan yang macet nanti bulan januari mulai ada jalan justru yang paling lancar penjualan pada bulan puasa.* [48] Adanya Perayaan Hari Besar Islam (PHBI) memiliki dampak positif untuk penjualan produk kapur. Khususnya bulan puasa karena waktu dimana penjualan kapur meningkat. Dilihat dari tingkat kecepatan penjualan setiap penambang kapur biasanya hanya mengirim dua kali dalam sebulan ketika bulan puasa bisa mengirim tiga kali. (Mark Hirschey,1995) faktor yang mempengaruhi tingkat permintaan pada

[47] Dokumen Wawancara "Samsuri" 6 Oktober 2020
[48] Dokumen Wawancara "Mustain" 22 September

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang dan jasa yang dibeli oleh para pelanggan selama periode tertentu berdasarkan waktu. Kerangka waktu tersebut dapat satu jam, satu hari, satu tahun, atau satu momen tertentu. Dalam menjaga tingkat permintaan dalam suatu momen agar maksimal harus memperhatian harga produk yang bersangkutan, ketersediaan produk, perkiraan akan perubahan, daya beli konsumen pada suatu waktu, selera, dan preferensi konsumen. Pemanfaatan penjualan pada saat bulan Ramadhan dimaksimalkan oleh elemen penjual produk kapur.

Tj. *"kalau Jekan itu lebih murah tetapi tidak sip kalau ukurannya satu blek ya dikurangi tapi lebih murah kalau di Jaddih kalau memang satu blek ya isi satu blek tetapiharganya lebih mahal seperti itu"*.[49] Adanya kosnsitensi bagi penambang dan juragan kapur dalam memberi takaran volume kemasan sehingga konsumen dapat menjaga loyalitas untuk berlangganan kepada juragan kapur di daerah Jaddih Timur. di mana unsur kemasan ini memegang peranan penting dalam mempengaruhi kesuksesan dari program penjualan dalam menciptakan volume penjualan yang dilakukan dalam pemasaran suatu produk. (Melewer dan Sounders,2000) Hal ini diperkuat oleh ungkapan beberapa penambang kapur yang memberikan respon negatif terhadap penjualan kapur Desa Jekan karena dengan menurunkan harga dengan derastis

[49] Dokumen Wawancara "Mustain " 27 September 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan merrusak volume produk dan tanpa mengambil keuntungan dan cenderung merusak suasana pasar penjualan produk industri pengolahan kapur.

Tj. "*ya hasilnya memang nampak menjadikan kualitas ukuran ikan semakin besar dan hama ulat isa mati dan ketika hama dapat dibasmi maka ikan semakin sehat apalagi ketika bubuk kapur sudah turun bisa menjadikan tambak tampak jernih."* [50] Tj. *Bisa juga soalnya kalau nyembelih sapi itu kan anggota badan bagian dalamnya kan kotor jadi kalau pingin bersih dan putih di kocek sama kapur lalu di bersihin sam air hangat soalnya kalau bersih putih lebih mahal dari pada yang bersih tapi warna hitam".* [51] Tj. *"kalau dilihat dari sedikit banyaknya enakan makai kapur soalnya kalau gak dikasik kapur itu satu bungkus bisa jadi 4x adukan kalau di kasik kapur bisa 6x adukan lebih sedikit. Kalau dilihat dari tingkat kesulitannya lebih enak makai kapur soalnya kalau kapur itu kayak ada lemnya cong. Jadi untuk semennya bata enak buat pelapisan tembok juga enak soalnya ada kapurnya itu cong lebih tidak ribet ke pekerjaan begitu".* [52] Dari beberapa ungkapan dari konsumen produk industri pengolahan kapur. Produk kapur dapat membantu pekerjaan konsumen baik sebagai fungsi pembasmi hama, campuran bahan bangunan dan pembersih daging dalam bisnis jagal sapi. (Kotler, 2000) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain harga jual, fungsi produk

[50] Dokumen Wawancara "Ali" 10 Desember.
[51] Dokumen Wawancara "Obek" 4 Desember
[52] Dokumen Waawancara "Endi" 6 Desember

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang di tawarkan, promosi yang dirancang, saluran distribusi dan mutu dari produk. Dalam hal ini volume produk kapur meningkat karena aspek fungsu produk yang ditawarkan.

Faktor yang mempengaruhi penurunan volume penjualan produk industri pengolahan kapur. Tj. *"ya kerena kalah sama semen kalau dikira-kira dulu perumahan itu kan memaki semen dicampur kapur kalau perumahan tandes itu memakai kapur sama memakai semen dicampur mungkin lebih baik hanya semen saja begitu sekarang kan sekaran sudah tidak ada semua kalau dulu itu masih sisa Kalianak dan Binteng memang sudah menjadi tempat pemasok kapur semua seperti campurannya bangunan terus pelapisan tembok itu memang dicampur kapur kalau melapisi tembok rumah itu memang kalau ingin tidak cepat jatuh dan efektif itu ya dicampur kapur".*[53] Tj. *"bahan bangunan terlalu modern karena ada bata ringan terus di lem tidak usah menggunakan adukan semen dan kapur sret langsung jadi sampai sampai ke Madura pun memakai bahan bata ringan lalu direkatkan dengan semen sret langsung jadi terlalu modern, musim hujan juga mempengaruhi".*[54] Faktor penurunan penjualan produk kapur yakni beralihnya para pekerja bangunan menggunakan semen dan bata ringan karena harga semen dan bata ringan hampir sama dengan produk kapur. Hal tersebut mempengaruhi volume

[53] Dokumen Wawancara "Farese" 16 November 2020.
[54] Dokumen Wawancara "Farese" 24 September 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penjualan terutama konsumen proyek pembangunan perumahan. Beralihnya konsumen kepada bahan semen dan penggunaan bata ringan dalam kegiatan pembangunan dapat menurunkan volume penjualan produk kapur. (Alfionita, 2015) mengemukanan produk kapur termasuk barang komplementer (pelengkap) merupakan barang yang selalu digunakan bersama-sama dengan barang lainnya. Dalam hal ini kenaikan atau penurunan permintaan atas produk kapur sebagai barang komplementer berjalan seiring dengan perubahan permintaan komoditas yang dilengkapinya.

Tj."iya kendalanya itu uang itu petani kalau punya modal satu dikasik ke orang ya gak jalan kalau punya tiga maksudnya tiga modal terus di bakar satu itu enak maksudnya enak itu misal dibeli satu ya ya saya bisa bakar lagi terus nyambung nyambung gitu , uang itu berputar misal kirim kapur terus bisa bakar lagi belum sepuruh hari sudah punya kapur jadi enak kalau punya satu kapur terus sepuluh hari dibayar terus satunya di anu lagi gitu enak kapur itu bukan kayak apa itu jajan itu". [55] Penyediaan modal untuk kegiatan kapur. Setidaknya ada tiga petakan modal yang dimiliki oleh penambang kapur sehingga modal tidak bergantung dengan uang hasil penjualan dari juragan kapur. Nugraha (2011:9) modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu

[55] Dokumen Wawancara "Samsuri" 06 Oktober 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang menambah kekayaan. Sehingga penambang kapur harus memiliki banyak modal untuk membesarkan unit bisnis yang sedang dikembangkan.

Dilapangan penambang kapur hanya memiliki satu modal untuk pengolahan dan bergantung pada uang hasil penjualan dari juragan kapur sehingga menghambat proses pengolahan.

"gak tergantung dari stoknya kalau kapur ya tergantung sama lancarnya disana pengirimannya kalau pembangunannya lmbat ya tidak lancar pengirimannya kalau di daerahdaerah itu lancar pembangunannya saya itu bisa ngirim tiga kali empat kali dalam satu bulan tapi bukan ghalangan satu tiga ghalangan empat ghalangan itu musti ngirim saya kesana itu".[56] Penjualan produk kapur bergantung dari sedikit banyaknya pembangunan gedung atau industri ditempat konsumen. Pada tahun 90-an penambang kapur kewalahan melayani permintaan kapur di daerah Surabaya dari pada tiga tahun terakhir. Hingga saat penjualan kapur masuk pada wilayah Pasuruan, Probolinggo, Bondowoso dan Bali karena dinilai membutuhkan kegiatan pembangunan gedung. (Indriyo Gitoudarmo, 2000) semakin jauh jarak antara tempat pengolahan dan konsumen dapat memperbesar biaya pengiriman. Untuk menyalurkan, menyebarkan, dan menyampaikan barang-barang secara cepat dan tepat harus diketahui dimana tempat konsumen berada

[56] Dokumen Wawancara " Pak Muyes" 19 November 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"berkecipung dalam dunia kapur itu sudah banyak sekarang kalau Surabaya itu Puger Gersik itu sudah ngirim semua".[57] Adanya pengaruh kompetitor baru adalah suatu penghambat bagi penambang kapur untuk melakukan kegiatan penjualan kapur kepada konsumen. Adanya produksi kapur dari daerah Gersik dan Tuban mempengaruhi pangsa pasar dalam proses penjualan produk. Namun dari aspek penjualan tingkat Nasional tetap didominasi oleh produk kapur Desa Jaddih Timur. Secara keseluruhan volume penjualan *ghalangan* Jawa Timur sebagai volume penjualan tertinggi. Claudia Vanesha Pitoy dalam penelitiannya mengemukakan Perusahaan dalam menerapkan strategi bersaing dengan para kompetitor untuk merebut pasar maka unit bisnis melakukan berbagai strategi bisnis dimana perusahaan memiliki produk yang dijual agar mencapai target penjualan. Strategi bersaing dengan kompetitor dalam merebut pasar yakni *positioning* dan *rebranding* merek perusahaan agar terus menjadi *market leader*.[58] dalam hal ini juragan kapur dan penambang kapur tetap saluran promosi kepada konsumen agar tetap menumbuhkan volume penjualan.

Tj. *"ya jelas soalnya produk itu naik kalau bensin naik iyakan kan anu itu anu kalau begitu kalau bbm naik kayu bakar juga naik juga ongkos truk naik*

---

[57] Dokumen Wawancara "Samsuri" 06 Oktober 2020.

[58] Claudia Vanesha Pitoy, "*Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usaha Bisnis Document Solution Studi Kasus Pada Pt. Astragraphia, Tbk Manado",* Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Volume 16:3, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi, Manado, 2016, hal.311.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ongkos trek itu naik 50.000 hingga 100.000 ya nanti batu kapur juga naik juga karena sepereti itu kapur saya naikkan juga kaalau tidak mau seperti itu ya sudah. Kan rugi apalagi truk ongkosnya minta naik sama saya ditanya alasan apa kamu kog inta naik solar tetep tol gak usah bayar iya dulu bayar 50.000 kalau kapal 60.000 kalau sekarang tidak kan enak supir sekarang makmur soalnya bbm turun ongkos tidak turun juga begitupun ongkosnya tidak turun juga. Salah satu faktor penurunan volume penjualan produk industri kapur yakni adanya ketidak pastian harga antara juragan kapur dan kru pengiriman sehingga dapat merugikan pihak penambang kapur selaku produsen pertama".[59] Penambang kapur menjual dengan harga normal namun supir truk meminta ongkos pengiriman lebih tinggi dengan alasan adanya kenaikan harga bahan bakar minyak atau BBM. Sehingga penambang kapur harus menambah ongkos pengiriman. Dilapangan ketika harga bahan bakar dan harga kapur turun ongkos pengiriman tidak diturunkan sehingga penambang kapur kesulitan mengambil laba pada penjualan karena adanya biaya pengiriman yang tidak wajar. Indra Anjang Sari dalam penelitiannya mengatakan kondisi yang fluktuatif pada harga BBM akan berpengaruh terhadap kelangsungan proses produksi, dengan naiknya harga bahan baku, bahan penolong dan biaya produksi akibat naiknya harga BBM berdampak secara langsung terhadap meningkatnya harga jual dari produk dan hal tersebut juga berdampak rata-rata

[59] Dokumen Wawancara " Masri" 02 Oktober 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap perusahaan. Karena biaya yang dikeluarkan juga meningkat.[60] Hal tersebut dapat menyulitkan penambang kapur dalam melakukan pengolahan dan menjaga *supply stock* produk kapur dan menurunkan volume penjualan.

Tj. *"kalau musim terang kayak kemarau ya lebih irit ke penggunaan kayu bakar cuma hasil dari pengolahan kapur lebih banyak musik hujan. kalau musim hujan batu itu basah kayu basah lebih lama untuk proses pembakaran hasil pembakaran lebih banyak musim hujan kalau musim kemarau cepat masak tapi hasil pembakara lebih sedikit meskipun jenis batu biru tetep sedikit hasilnya kalau musim hujan hasil penjualan bisa sampai 6.5 juta rupiah".* [61] Tj *."Penyebabnya ya nomer satu kurang matang nomor dua bahan baku batu jelek".* [62] Faktor cuaca aspek yang mempengaruhi proses pengolahan pembakaran batu untuk menciptakan kualitas produk yang baik. Ketika musim hujan banyak petani mengeluh selain karena menghambat proses pengolahan juga banyak pembangunan di daerah konsumen yang ditunda. Namun pada musim hujan tersebut hasil produk lebih banyak daripada musim kemarau meskipun dapat membantu proses pengolahan. (Kiki Kartikasari,2007) mengemukakan bahwa jumlah curah hujan memberikan pengaruh negatif pada jumlah produksi dalam kegiatan operasional industri pengolahan. Sehingga produk kapur pada musim hujan bisa mencapai 6.5 juta rupiah. Selain itu

[60] Ibid.hal.22.
[61] Dokumen Wawancara " Masri" 02 Oktober 2020.
[62] Dokumen Wawancara "Holil" 14 Oktober 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penambang kapur mendapatkan bahan baku batu kapur yang bagus namun mendapatkan kualitas kayu bakar yang buruk dan sebaliknya sehingga menghasilkan produk kapur kurang bagus.

Tj.*"tahun baru ghalengan jiah setenga mandek apah nyamanah juah pembukuan , santai lok gik noanoah cuman beberapa kennengan , liburan setenga macet hampir tiap taun".* Tj.*"kalau tahun baru ghalangan itu setengah mandek apa ya namanya itu pembukuan , masih santai tidak mau repot jadi hanya bebrapa tempat saja liburan setengah macet hampir tiap tahun".* Akhir bulan pada setiap tahun tempat *ghalangan* melakukan kegiatan pembukuan pada laporan keuangan. (Ahman,2009), faktor-faktor yang mempengaruhi banyak sedikitnya barang yang diminta oleh konsumen antara lain disebabkan oleh intensitas kebutuhan. Pada saat adanya perayaan tahun baru yang bertepatan dengan proses pembukuan maka intensitas kebutuhan konsumen terhadap produk kapur menurun. Penjualan kapur menurun pada bulan Desember karena sedikit *ghalangan* yang membeli produk kapur, kegiatan operasional industri rumput laut dan industri piring juga melakukan *break*. Sehingga adanya tahun baru menjadi faktor yang mempengaruhi penurunan volume penjualan kapur.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pelaksanaan pengolahan industri batu kapur melalui aspek pemilihan bahan baku hingga proses pengemasan sudah mencapai tahap kualitas terbaik. Hal tersebut ditandai adanya kapasitas penambang kapur yang dapat memilih jenis bahan baku kapur dan menguasai teknik pembakaran kapur. Peran juragan kapur dalam menumbuhkan volume penjualan terkadang menjadi beban bagi penambang kapur karena sebagian peran juragan kapur hanya menumbuhkan volume penjualan dan tidak memperhatikan keuangan dan kebutuhan penambang kapur.

Faktor yang mempengaruhi peningkatan volume penjualan produk pengolahan industri kapur yakni faktor kualitas produk, konsistensi penambang kapur dalam memberikan takaran produk dalam kemasan, perkembangan alat untuk memangkas waktu dan tempat transaksi. Faktor yang mempengaruhi penurunan volume penjualan produk industri kapur yakni konsumen sudah beralih menggunakan produk semen untuk bahan campuran bangunan, volume pembangunan bagi daerah tempat pemasok produk, adanya periode pembukuan tahunan, musim hujan, keterbatasan satu modal oleh penambang kapur dan modernisasi komposisi bahan bangunan seperti bata.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

1. Untuk pengolahan produk industri kapur sebaiknya lebih berinovasi dalam melakukan teknik pembakaran bisa melalui alat bantu pemanas hingga alat bantu dalam memangkas tenaga baik penataan kayu dan batu. Sehingga hal tersebut dapat memangkas beban biaya kuli dan memaksimalkan keuntungan bagi penambang kapur dalam satu kali proses produksi, dalam pengolahan perlu adanya pembukuan keuangan sehingga dapat diatur pengeluaran keuangan baik kalkurasi keuangan untuk pembelian bahan baku hingga pengeluaran untuk beban beban yang lain.
2. Juragan kapur untuk lebih meningkatkan karakter positif agar lebih peka kepada penambang kapur untuk meningkatkan transparansi keuangan dalam penjualan hal tersebut dapat dibuktikan dengan memberikan segera uang hasil penjualan dan memberikan modal untuk pengolahan sehingga penambang dapat membantu juragan dalam memberikan stok produk kapur untuk media produk dalam penjualan dengan konsumen. Serta juragan lebih meningktatkan proses pemasaran agar dapat menaikkan harga produk kapur ke taraf masimal namun masih dijangkau oleh konsumen sehingga laba dapat dirasakan oleh penambang kapur.
3. Penambang kapur harus lebih memaksimalkan media teknologi komunikasi sebagai media bisnis sehingga dapat memperluas jaringan relasi bisnis. Dengan memperluas jaringan relasi bisnis maka akan menguntungkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penambang sendiri karena harga ditangan juragan kapur nominalnya bisa mencapai tiga kali lipat dari harga penjualan pertama antara penambang dengan juragan.

4. Kemudian mencari inovasi pencarian modal dengan menyertakan minimal 10 modal produksi. Hal ini penting ketika hendak akan mendapati juragan kapur yang nakal dengan tidak melunasi biaya hasil penjualan. Sehingga penambang kapur dapat tetap melakukan kegiatan pengolahan dengan modal yang lain dan tidak bergantung pada satu modal untuk satu kali pengolahan saja.
5. Defrensiasi produk perlu agar menciptakan pangsa pasar baru melalui permintaan konsumen sehingga produk kapur tidak hanya menyajikan bentuk produk hasil olahan tetapi masuk dalam tahap teknik industri bisa dijadikan sebagai bahan obat gatal-gatal, obat cacingan lambung bahan dasar kapur dan pembuatan cat bahan dasar kapur. Hal ini dapat menciptakan pangsa pasar baru sehingga penjualan bisnis kapur dapat lebih berkembang baik aspek pengolahan dan difrensisasi pangsa pasar. Sehingga hal ini lebih dominan dalam pengembangan produk.
6. Adanya penyajian nota transaksi sehingga semua elemen terkai yang berhubungan dengan bisnis pengolahan batu kapur dapat lebih terbuka dalam hal informasi terkait keuangan hasil penjualan. Adanya nota penjualan dapat dimanfaatkan sewaktu-waktu kepada pihak yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membutuhkan sebagai bukti telah melakukan proses transaksi dan meminimalis kecurangan juragan kapur dalam .

7. Adanya inovasi menjual sendiri kepada konsumen namun tidak menggunakan produk kapur pada umumnya tetapi dengan polesan terhadap produk kapur menjadi barang yang lebih bernilai. Hal ini dirasa efektif karena bahan dasar melimpah sehingga proses pengolahan tidak kesulitan dalam mencari pasokan bahan baku contoh menjual penambang kapur menjual cat tembok berbahan dasar kapur kepada konsumen tanpa perantara juragan kapur. Sehingga dalam hal ini lebih dominan pada proses penjualan.
8. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar menggunakan jangkauan objek penelitian yang lebih luas misal dengan antara dua desa sebagai penghasil produk kapur serta penambahan informan yang lebih banyak. Hal ini akan membantu memeberikan gambaran yang lebih meluas untuk mendeskripsikan hasil temuan lapangan dalam menjawab rumusan masalah peneliti dalam kegiatan penelitian ilmiah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

AmiyatRara Suci i, “Studi Fenomenologi Pemanfaatan Mainan Anak Di BPAD DKI Jakarta”, Skripsi, programstudi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Adab Dan Humaniora, Universitas Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017.

Devenish Stuart, “An Applied Method for Undertaking Phenomenological Explication of Interview Transcripts”, jurnal indo-oasifik fenomenologi, Vol. 2:1, April 2002.

Elvira Rini, “Teori Permintaan Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam” Jurnal Islamika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, Bengkulu, Vol.15:1, 2015.

Fajrin Verawati “Analisis Pertumbuhan Ekonomi Di Pulau Madura”, program strudi ilmu ekonomi , Vol. 9:1, Fakultas Ekonomi, University Islam Indsonesia, April, 2019.

Fattach An’im, “Teori Permintaan Dan Penawaran Dalam Ekonomi Islam”, Journal’s of management sosience, program studi menejemn, Fakultas Ekonomi, universitas Islam Lamongan, Vol.2:3, Lamongan, Oktober, 2017.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Febriyanto Noer Aji, “Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Konveksi Busana Muslim Clothing Kendal”, Sekripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang , 2015.

Groenewald Thumas, “A Phenomenological Research Design Illustrate”, International Journal Of Qualitative Methods, Vol.3:1, 2004.

Habiby Fahmi Imamul, “Profil Home Industry Batik Di Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan”, skripsi Vol 1:1, studi Geografi Pendidikan, Fakulty ilmu sosial dan Hukum, universitas negeri Surabaya, 2018.

Hasan Iqbal, “Analisis Data Penelitian Dengan Statistik”, Bumi Aksara, Jakarta, 2004.

Julianto Foengsitanjoyo Trisantoso, “Analisis Pengaruh Jumlah Industri Besar Dan Upah Minimum Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Surabaya”, Jurnal tentang Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1:2, Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, September, 2016.

Kamsiah Al Farisi Aminuloh, Lilis Supenti, “Analisis Permasalahan Usaha Garam Rakyat di Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan”, Jurnal Penyuluhan Perikanan dan Kelautan Vol 13:1, program studi perikanan, sekolah tinggi perikanan , Bogor, Januari, 2019.

Kotler Philip, “Manajemen Pemasaran”, Indeks, Jakarta. 2005.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mile Ramli, “Analisis Terhadap Pelatihan Dan Pengembangan Karyawan Bagi Peningkatan Kinerja Di Pt. Pegadaian Gorontalo Utara”, Jurnal EMBA, Vol.2:4, Desember, 2014.

Moh. Reza Ilham, “Kajian Tentang Keberlangsungan Industri Pengolahan Batu Kapur Bukit Jaddih Di Desa Jaddih Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan”, Jurnal Pendidikan Geografi. Vol.5:6, program studi ilmu geografi, fakultas ilmu sosial dan hukum, UniversitasNegeri Surabaya, 2018.

Mukhsin Raudhah, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Tahan Hidup Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kelompok Pengolahan Hasil Perikanan Di Kota Makassar”, Jurnal Analisis, Vol.6 :2: , Agribisnis Pascasarjana Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin Makassar, Makasar,Desember 2017.

Muliana Parida, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Produk Pada Mini Market Colour’s Mart Pekanbaru”, penelitian skripsi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Riau, 2012.

Nandasari Ima, “Analisis Harga Dan Promosi Terhadap Banyaknya Pelanggan The Fit Lab Di Hotel Tara Yogyakarta”, Skripsi, Program Studi Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Noor Juliansyah, “Metode Penelitian”, Kencana : Jakarta,2011.

Nurjihadi Muhammad, “Lingkaran Setan Kemiskinan Dalam Masyarakat Pedesaan, Studi Kasus Petani Tembakau Di Kawasan Pedesaan Pulau Lombok”, artikel, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa.

Rima Lisyani, “Efektivitas Pengelolaan Potensi Desa Oleh Pemerintah Desa Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Karangpawitan Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran”, artikel.

Rusdi Moh “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya”, Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol.6 : 2, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Madura, 2019.

Suprono Wahyujatmiko, “*Manajemen Pemasaran Online Makaroni Huhhah Yogyakarta*”, Jurnal Bisnis Teori dan Implementasi, Vol. 9:2 , Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta Oktober 2018.

Yudiaatmaja , KM Medyana Putra, Wayan Cipta, Fridayana, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Pada Ud. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014”, e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, program studi menejemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Vol.4:1, Singaraja, 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nurfadhilah T "*Peranan Masyarakat Nelayan Terhadap Peningkatan Ekonomi Di Desa Kenje Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar*", Skripsi, Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2016.

Deavy Yulitasari, "*Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Yamaha Sudirman Motor Temanggung*", Skripsi, Program Studi Akuntansi Diploma Iii Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2014.

Jainuddin, "Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sosis BE MART Cabang Bima", Jurnal Pamator, Vol.13:1Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, April, 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id